

„FORTGESCHRITTENE DIGITALE LÖSUNGEN ZUR UNTERSTÜTZUNG VON EINKAUF UND SCM 2021“

JULI 2021

Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky

Universität Würzburg

Lehrstuhl für Industriebetriebslehre

boga@uni-wuerzburg.de

Prof. Dr. Holger Müller

HTWK Leipzig

Professur Supply Chain Management

Holger.Mueller.SCM@htwk-leipzig.de

Partner:



„Fortgeschrittene digitale Lösungen zur Unterstützung von Einkauf und Supply Chain Management 2021“

Die vorliegende empirische Untersuchung beschäftigt sich mit „fortgeschrittenen“ digitalen Lösungen in ausgewählten Bereichen von Einkauf und SCM. Damit wird bewusst ein spezifischer Fokus der Betrachtungen gelegt. Nicht zu „fortgeschrittenen“ digitalen Technologien zählen gemäß der hier eingenommenen Fokussierung die Nutzung von konventionellen Suchmaschinen oder Datenbanken, Tabellenkalkulationssoftware, Basisfunktionen von ERP-Systemen etc. Gemeint sind hingegen Tools und Plattformen, die bspw. Big Data Analytics, Social Media Analytics, Künstliche Intelligenz (Machine Learning) etc. nutzen, um die Anwender vor allem bei eher als strategisch einzuordnenden Aufgaben zu unterstützen. Dabei ist unerheblich, ob diese Technologien selbst entwickelt und eingesetzt werden oder ob eine Plattform bzw. ein Dienstleister diese – bspw. als Software- oder Platform-as-a-Service (SaaS) – bereitstellt.

Die Untersuchungsgebiete wurden wie folgt untergliedert:

- vom Einkauf gesteuerte Beschaffungsprozesse, die die **Identifizierung / Auswahl / Evaluation von Lieferanten** sowie **Vertragsverhandlungen** erfordern, mit den Unterbereichen
 - Supplier Scouting / Beschaffungsmarkttransparenz,
 - Evaluation von Lieferanten und Risikoanalysen sowie
 - Vertragsverhandlungen,
- Beschaffungsprozesse, bei denen direkt auf – zumeist von Dienstleistern betriebenen – **Internet-Plattformen** aus einer **Vielzahl von Anbietern ausgewählt / bestellt** werden kann, mit den Unterbereichen
 - Plattformnutzung sowie
 - Nachhaltigkeit auf Plattformen,
- **Einsatz und Bedeutung digitaler Lösungen und Zukunft des Einkaufs** mit den Unterbereichen
 - Einsatz digitaler Software-Lösungen sowie
 - zukünftige Bedeutung und Rolle von Einkauf und SCM.

Verantwortlich für die Durchführung und Auswertung der Befragung sowie diesen vorliegenden Abschlussbericht sind Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky (Lehrstuhl für BWL und Industriebetriebslehre der Universität Würzburg) sowie Prof. Dr. Holger Müller (Professur Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Supply Chain Management, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig). Unterstützt wurde die Untersuchung von den Unternehmen apadua, archlet, Facturee, Mercateo, Mysupply, riskmethods und Scoutbee sowie vom Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik in Österreich (BMÖ).

Inhaltsverzeichnis

I. Management Summary.....	1
II. Studienergebnisse im Detail	3
A. Angaben zur Studie	3
B. Vom Einkauf gesteuerte Beschaffungsprozesse, die die Identifizierung / Auswahl / Evaluation von Lieferanten sowie Vertragsverhandlungen erfordern	6
a) Supplier Scouting	6
b) Evaluation von Lieferanten und Risikoanalysen	14
c) Vertragsverhandlungen	47
C. Beschaffungsprozesse, bei denen direkt auf von Dienstleistern betriebenen Internet- Plattformen aus einer Vielzahl von Anbietern ausgewählt / bestellt werden kann	52
a) Plattformnutzung.....	52
b) Nachhaltigkeit auf Plattformen.....	85
D. Einsatz und Bedeutung digitaler Lösungen und Zukunft des Einkaufs	90
a) Einsatz digitaler Software-Lösungen.....	90
b) Zukünftige Bedeutung und Rolle von Einkauf und SCM	98
Ansprechpartner	109

I. Management Summary¹

Die Sicht auf fortgeschrittene digitale Systeme für den Einkauf und das SCM ist grundsätzlich sehr positiv ausgeprägt. Lösungen für das **Supplier Scouting** werden angesichts der strategischen Rolle einer hohen Transparenz über die globalen Beschaffungsmärkte zurecht eine hohe bis sehr hohe Relevanz zugesprochen. Auch möchte man möglichst viele der potenziell geeigneten Anbieter bei der Lieferanten(vor)auswahl auf effiziente Weise analysieren können, um sicherzugehen, mit den am besten passenden Partnern in die finale Auswahl zu gehen und gleichzeitig ein hohes Maß an Wettbewerb sicherzustellen. Industrieunternehmen sind hier noch etwas stärker interessiert als Dienstleister, KMU in etwas genauso stark wie Großunternehmen (GU). Dagegen sind Dienstleister etwas weiter bei der Nutzung entsprechender Systeme.

Entsprechendes gilt für die **Risikoanalyse** vor Kontrahierung der Lieferanten und während der aktiven Geschäftsbeziehungen. Klassische anbieterspezifische Informationen werden weiterhin als am wichtigsten angesehen, gefolgt von Compliance-relevanten Informationen und mit leichtem Abstand umweltbezogenen, sozialen und länder- bzw. regionenspezifischen Informationen. In allen Kategorien sind Großunternehmen stärker an diesen Informationen interessiert als KMU. Bis auf die umweltbezogenen Informationen bewertet die Industrie diese Informationen im Vergleich zu den Dienstleistern als wichtiger. GU / Konzerne sind durchgängig bei der Nutzung bzw. Einführung der Lösungen fortgeschrittener als KMU. Die Unterschiede zwischen den Sektoren sind nur in Einzelbereichen signifikant.

Die **Teil-/Automatisierung von Vertragsverhandlungen** wird noch etwas zurückhaltend bewertet, was angesichts des aktuell noch vorherrschenden Selbstverständnisses des Einkaufs in Sachen eigenständiger Durchführung von Verhandlungen nicht verwundert. Dienstleister und größere Unternehmen sehen hier jedoch durchaus Potenziale.

Die **Nutzung von Plattformlösungen** wird mit großer Mehrheit für Standard-Kataloggüter gesehen, mit deutlichem Abstand gefolgt von konfigurierbaren Gütern auf der Basis von Standardkomponenten sowie mit erneut großem Abstand von Plattformen für individuelle Zeichnungsteile und solche für Stahl. Dabei ist anzumerken, dass Großunternehmen teilweise ein sehr hohes Interesse an Plattformen für insgesamt nicht so stark positiv bewertete Güterkategorien haben, insbesondere für Stahl.

Dies gilt in ähnlicher Weise auch für **Dienstleistungs-Plattformen**. Hier erhalten solche für Standard-Kataloggüter mit begleitenden Dienstleistungen die meiste und insgesamt hohe Zustimmung. Ähnlich hoch bewertet werden Plattformen für Logistik-Dienstleistungen, gefolgt von solchen für Travel-Dienstleistungen. Auf etwa gleichem Niveau liegen Plattformen für konfigurierbare Güter mit begleitenden Dienstleistungen sowie leicht zurück solche für Fuhrpark- und die für Facility-Dienstleistungen. Die geringste, mit knapp 30 Prozent aber immer noch gute Zustimmung erhalten Plattformen für Beratungs-Dienstleistungen. Auch hier ist zu beachten, dass das Interesse oftmals bei GU / Konzernen deutlich höher ist als bei den KMU. Teilweise liegen auch deutlichere Unterschiede zwischen der Industrie und den Dienstleistern vor. Die aktuellen Nutzungsquoten sind nur bei den Plattformen für Travel-Dienstleistungen relativ hoch, alle anderen befinden sich damit mehr oder weniger in der Breite gesehen in der Etablierungsphase.

Sehr hohes Interesse besteht an der Bereitstellung von **ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsinformationen auf Plattformen** und dies sowohl für die jeweiligen Güter und Dienstleistungen als auch zu den Anbietern selbst.

¹ Diese und unsere Digitalisierungsstudien aus den Vorjahren sind verfügbar unter: www.cfsm.de/studien.

Die Antwortenden sehen einen deutlichen **Mehrwert für die verbesserte Erfüllung strategischer Aufgaben** durch fortgeschrittene digitale Lösungen.

Die **Einführung bzw. Nutzung fortgeschrittener digitaler Lösungen** wird primär durch unzureichende zeitliche und personelle Ressourcen **behindert**. Summarisch ähnlich stark bewertet werden die Hinderungsgründe „unzureichendes technologisches Know-how“, „unzureichendes finanzielles Budget“, „unzureichender Marktüberblick zu angebotenen Lösungen“ und „unzureichende Managementunterstützung“. GU / Konzerne sehen im Vergleich zu den KMU stärker Probleme bei den unzureichenden Ressourcen und im mangelnden Budget, wohingegen die KMU eher in den anderen Kategorien vergleichsweise stärker Hinderungsgründe angeben. Bei den Aspekten Ressourcen und Budget fühlen sich Industrieunternehmen stärker eingeschränkt als Dienstleister.

Die **zukünftige Bedeutung von Einkauf und SCM** wird durch nahezu alle abgefragten Themenfelder nach Meinung der Antwortenden stark positiv beeinflusst. Die stärksten Veränderungen gibt es demnach bei der Einführung eines ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsmanagements, eng gefolgt von einem verstärkten Risikomanagement. Auch die Verzahnung von Mensch und digitaler Technologie wird eine sehr hohe Bedeutung zugewiesen. Insgesamt wird ähnlich hoch der Zuwachs der Bedeutung von Einkauf und SCM insgesamt eingeordnet, wie auch deren Rolle als Integrator zwischen internen Stellen und dem Beschaffungsmarkt bzw. den Lieferanten. Innovation Scouting wird stark an Bedeutung gewinnen und Messgrößen wie Innovation, ökologische und soziale Kriterien erhalten eine klare Aufwertung, wobei diese klassische Kostenziele ergänzen und nicht ersetzen dürften. Die Attraktivität von Einkauf und SCM für TOP-Talente würde zwar steigen, jedoch nur eher durchschnittliches Niveau erreichen. Am wenigsten Optimismus herrscht bei der besseren Ausstattung der Funktion mit Ressourcen, womit nochmals ein erheblicher Schwachpunkt in der notwendigen Entwicklung von Einkauf und SCM betont wird.

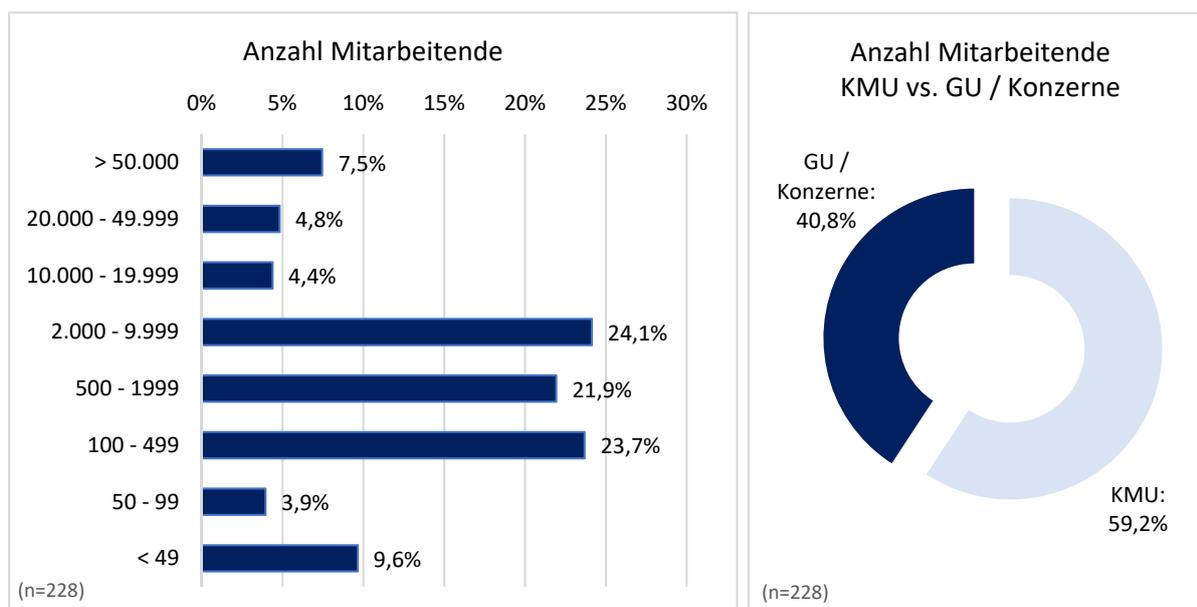
II. Studienergebnisse im Detail

A. Angaben zur Studie

Die Erhebung zur Studie wurde von Februar 2021 bis April 2021 durchgeführt. Insgesamt haben 228 Vertreter*innen aus Unternehmen und Organisationen an der Befragung teilgenommen.² Die Fragen wurden in einem Online-Fragebogen allen Interessierten zur Verfügung gestellt, wobei die Einladungen an die Einkaufs- bzw. SCM-Community in deutschsprachigen Ländern gerichtet waren.

Größe der Unternehmen³

Hinsichtlich der Größe der teilnehmenden Unternehmen wurden bei der Befragung acht Klassen unterschieden. Die größte Anzahl an Teilnehmenden stammt aus Organisationen mit 2.000 bis unter 10.000 Mitarbeitende (24,1 Prozent), die zweitgrößte Gruppe aus solchen mit 100 bis unter 500 Mitarbeitende (23,7 Prozent). Mit 21,9 Prozent ist auch ein größerer Anteil an Unternehmen mit 500 bis 1.999 Mitarbeitende vertreten. 13,5 Prozent gaben weniger als 100 Mitarbeitende an. 16,7 Prozent vertreten Organisationen mit über 10.000 Mitarbeitenden.



Zur Differenzierung von größeren (GU / Konzerne) und kleineren bzw. mittelständischen Unternehmen (KMU) bzw. Organisationen wurden zwei Gruppen gebildet, wobei die Grenze bei 2.000 Mitarbeitenden gezogen wurde. Dementsprechend würden sich andere als im Folgenden aufgezeigte Ergeb-

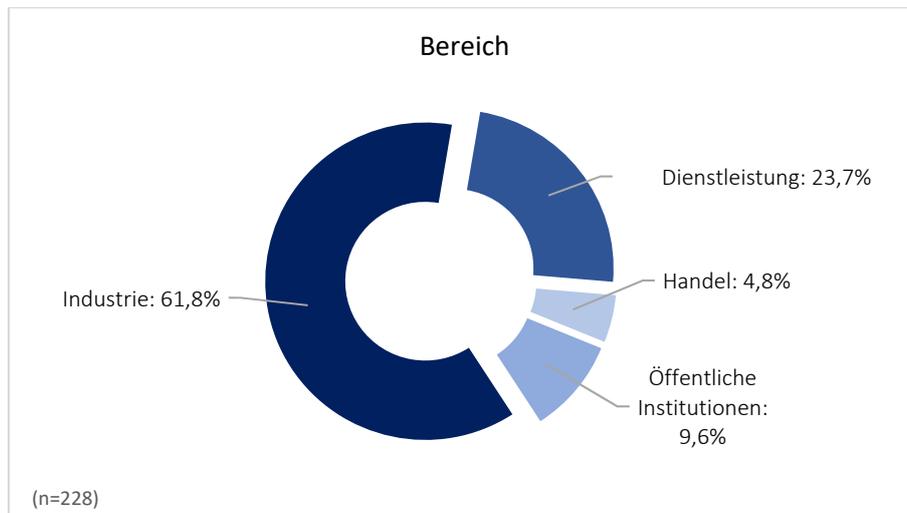
² Nicht alle Fragen waren Pflichtfragen. Daher kommt es zu leichten Schwankungen der Stichprobengröße, wenn Teilnehmende einzelne Fragen nicht beantworteten.

³ Sofern die Antwortenden nicht in Unternehmen beschäftigt waren, war die Größe der Organisation anzugeben, in denen diese tätig sind.

nisse für die beiden Gruppen ergeben, wenn deren Differenzierung auf einer anderen Anzahl Mitarbeitende basieren würde. Gemäß dieser Aufteilung sind KMU mit 59,2 Prozent etwas stärker vertreten als GU / Konzerne (40,8 Prozent).

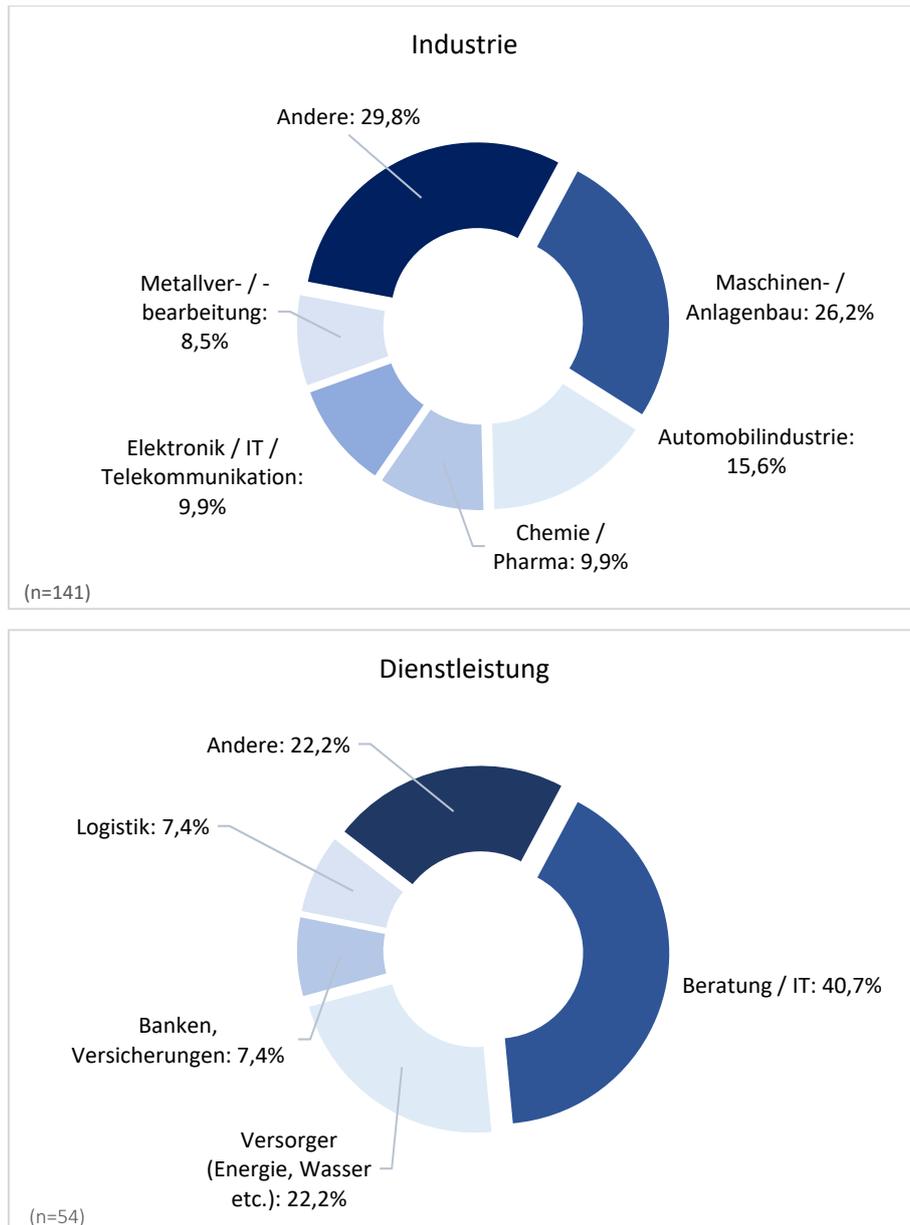
Bereich des Unternehmens / der Organisation

Für Differenzierungszwecke in der Auswertung waren der Hauptbereich für die Organisation anzugeben, in dem die jeweils antwortende Person tätig ist, sowie für die Bereiche Industrie und Dienstleistung zusätzlich in welcher Branche.



Die Antwortenden kommen schwerpunktmäßig aus Unternehmen des Industriesektors (61,8 Prozent). Ein knappes Viertel der Befragten kommt aus dem Dienstleistungssektor. Der Handel ist mit 4,8 Prozent und öffentliche Institutionen mit 9,6 Prozent deutlich weniger stark vertreten. In den Auswertungen werden lediglich die Ergebnisse für die Industrie und den Dienstleistungssektor im direkten Vergleich dargestellt. Diese ergeben summarisch daher in der Regel nicht die angegebenen Gesamtwerte. Die Residualgrößen wären jeweils den Bereichen Handel und Öffentliche Institutionen zuzurechnen.

Innerhalb des Industriesektors ist der Maschinen- und Anlagenbau mit 26,2 Prozent am stärksten vertreten, gefolgt von der Automobilindustrie mit 15,6 Prozent. Die Anteile von Chemie / Pharma sowie Elektronik / IT / Telekommunikation und Metallver-/bearbeitung liegen jeweils etwas unter 10 Prozent. Damit liegt eine recht gute Abbildung der deutschen Industriestruktur vor. Selbstredend können sich je Unterkategorie andere Ergebnisse ergeben als für die Gesamtgruppe „Industrie“. Getrennte Auswertungen je Untergruppe werden in der vorliegenden Ergebnisübersicht zwecks Sicherstellung eines sinnvollen Umfangs nicht dargelegt, können im Bedarfsfall jedoch bei den Autoren der Studie angefragt werden.



Bei den Dienstleistern dominiert mit 40,7 Prozent der Bereich Beratung / IT, gefolgt von Versorgern mit 22,2 Prozent. Banken und Versicherungen sowie Logistik sind mit 7,4 Prozent vertreten. Es ist zu beachten, dass die in diesen Branchenkategorien tätigen Unternehmen recht unterschiedliche Schwerpunkte hinsichtlich der jeweils ausgeübten Aktivitäten sowie in Bezug auf vorhandene Strukturen und Prozesse aufweisen, so dass eine Aggregation in die Kategorie „Dienstleister“ und damit die jeweiligen Umfrageergebnisse für diese Gruppe teilweise interpretationsbedürftig sein dürften. Getrennte Auswertungen je Untergruppe werden in der vorliegenden Ergebnisübersicht auch hier zwecks Sicherstellung eines sinnvollen Umfangs nicht dargelegt, können im Bedarfsfall jedoch bei den Autoren der Studie angefragt werden.

B. Vom Einkauf gesteuerte Beschaffungsprozesse, die die Identifizierung / Auswahl / Evaluation von Lieferanten sowie Vertragsverhandlungen erfordern

a) Supplier Scouting

Mit dem Studienbereich zum Supplier Scouting sollte das Interesse der Teilnehmenden eruiert werden, über mehr oder weniger umfassende Informationen über die globalen Beschaffungsmärkte zu verfügen. Hintergrund im Sinne einer (hier nicht theoretisch substantiierten) Hypothese ist der angenommene Sachverhalt, dass ein hohes Maß an Transparenz über die Beschaffungsmärkte im Allgemeinen und zu den Anbietern im Besonderen ein wesentliches Merkmal der Leistungsfähigkeit von Beschaffungsabteilungen sein dürfte – angesichts der hochgradigen Arbeitsteilung in vielen Industrien, dem nach wie vor sehr hohen internationalen Konkurrenzdruck, der Zunahme vielfältiger Risiken in Verbindung mit den häufigeren Eintreten von Disruptionen in Produktion, Logistik und damit dem Absatz aufgrund von Versorgungsengpässen auf der Beschaffungsseite und dem daraus abgeleiteten Trend zu mehr Resilienz.

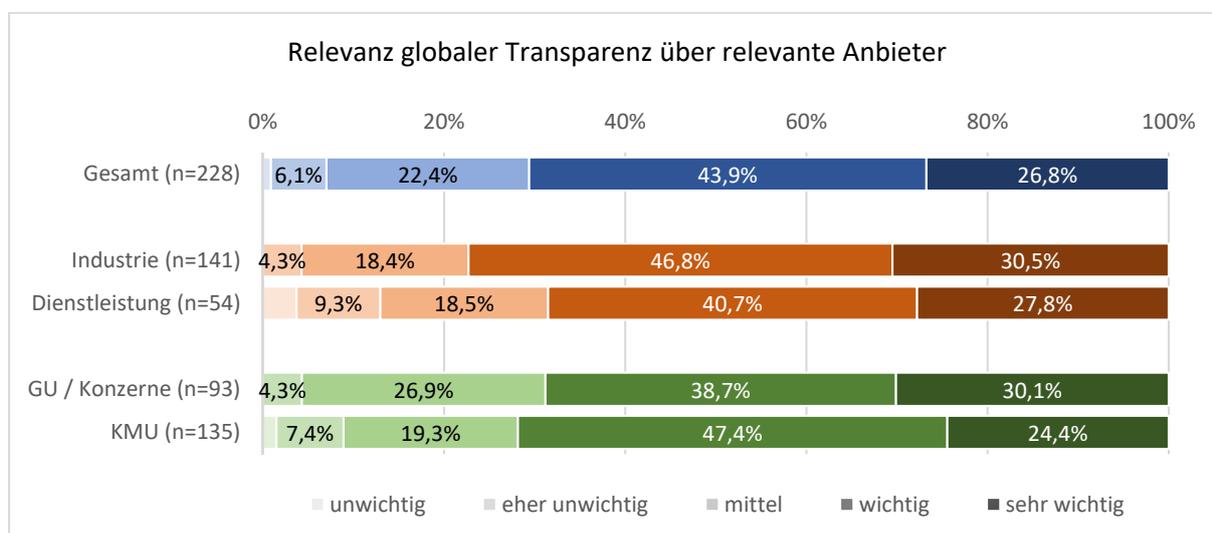
Dabei ist von Bedeutung, dass primär potenziell passende Anbieter identifiziert und über diese möglichst in hohem Maße automatisiert wesentliche Informationen recherchiert und nach sinnvoller Vorwertung den Entscheidenden im Unternehmen bereitgestellt werden. Der Grad der Passung hängt von den Zielen und Strategien des Unternehmens bzw. der Beschaffungsabteilung ab und kann materialgruppenweise oder auch in Bezug auf die einzelne Materialart variieren.

Ein optimiertes Supplier Scouting als Teil einer umfassender definierten Beschaffungsmarktforschung kann damit zur Erreichung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile beitragen und den Einkauf in seiner Rolle und Bedeutung wesentlich stärken. Mit konventionellen Vorgehensweisen ist eine weitgehende Beschaffungsmarkt- bzw. Anbietertransparenz nicht zu erreichen. Dies schmälert nicht die Bedeutung von Messen und persönlichen Besuchen – u. a. verbunden mit Besichtigungen oder gar Vor-Ort-Auditorien – von Anbietern, die jedoch kaum zu einer vollständigen Transparenz führen können oder erst in einer späteren Phase nach der ersten Selektion von Bedeutung sind. Die Nutzung digitaler Hilfsmittel wie anbieterspezifische Datenbanken (bspw. von IHKs, AHKs, Verbänden, Wirtschaftsförderorganisationen) oder generellen Internet-Suchmaschinen (mit dem Marktführer Google) dürfte nur in Ausnahmefällen von Erfolg gekrönt bzw. sinnvoll sein, da entweder die Datenbestände unvollständig und nicht selten veraltet sind (Datenbanken) oder keine sinnvollen Spezifizierungen der Anforderungen formuliert werden können (Suchmaschinen), so dass die Ergebnismengen zwischen null und sehr vielen, unter Umständen gar mehreren Millionen „Treffern“ schwanken können.

Ein sinnvolles, zielgerechtes und gleichsam effizientes Supplier Scouting kann durch fortgeschrittene digitale Hilfsmittel erreicht werden. Hierzu müssen Systeme entwickelt werden, die quasi auf das globale Internet komplett – mit seinen verschiedenen Informations- und Kommunikationsdiensten – zugreifen, es durchsuchen sowie die Daten zielgerichtet analysieren und in informationshaltiger Form den Nutzern zur Verfügung stellen können. Dies erfordert neben immensen Rechnerkapazitäten für das Speichern der Billionen von Datenpunkten die Entwicklung intelligenter Algorithmen, die auf die jeweiligen Quellen automatisiert und regelmäßig zugreifen und die extrem großen Datenmengen anforderungsgerecht durchforsten und analysieren. Diese Big-Data-Analytics-Routinen sind in der Regel nur mithilfe Künstlicher Intelligenz zu realisieren. Der Aufwand und die geforderten Kenntnisse, für die neben Fachexperten Data Scientists benötigt werden, sind für die meisten Unternehmen und Organisationen prohibitiv, so dass sich in diesem Sektor inzwischen Dienstleister etabliert haben, die diese Tätigkeiten im Sinne eines Software-as-a-Service-Angebots übernehmen.

(1) Wie wichtig ist für Sie in näherer Zukunft eine nahezu vollständige globale Transparenz über relevante Anbieter?⁴

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,9%	6,1%	22,4%	43,9%	26,8%
Industrie (n=141)	0,0%	4,3%	18,4%	46,8%	30,5%
Dienstleistung (n=54)	3,7%	9,3%	18,5%	40,7%	27,8%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	4,3%	26,9%	38,7%	30,1%
KMU (n=135)	1,5%	7,4%	19,3%	47,4%	24,4%



Die globale Transparenz über relevante Anbieter wird summarisch von über 70 Prozent der Teilnehmenden als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ erachtet. Dies kann als klares Indiz dafür gewertet werden, dass dieser Aspekt in der Beschaffungspraxis eine große Rolle spielt und zumindest in der näheren Zukunft spielen wird. Betrachtet man die Antworten für „unwichtig“ und „eher unwichtig“, so gaben dies summarisch lediglich 7 Prozent an. Hier könnten die Hintergründe dieser Einschätzung in spezifischen Branchen- bzw. Beschaffungsmarktstrukturen liegen, so dass die Vermutung naheliegt, dass das Thema globale Beschaffungsmarkt- und Anbietertransparenz eines der Topthemen für den Einkauf sein dürfte.

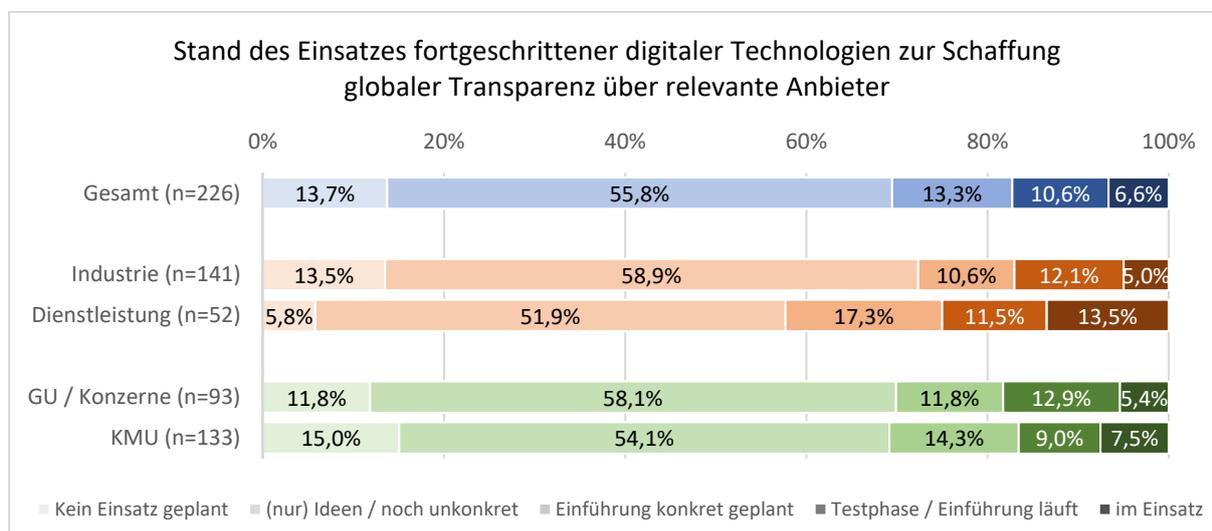
Es erscheint angesichts der typischen Bedarfsstrukturen (u. a. Produktionsmaterial) und der hier stark globalisierten Wertketten wenig verwunderlich, dass Teilnehmende aus Industrieunternehmen den Wunsch nach hoher Transparenz mit summarisch über 77 Prozent noch stärker äußern als solche aus dem Dienstleistungsbereich (68,5 Prozent). Dementsprechend hält dies auch niemand aus dem Industriesektor für „unwichtig“ und lediglich 4,3 Prozent für „eher unwichtig“ gegenüber zusammengekommen 13 Prozent bei den Dienstleistern.

⁴ In allen Diagrammen wurden Wertangaben unter 4 Prozent aus Gründen der Übersichtlichkeit ausgeblendet. Die entsprechenden Werte sind den zugeordneten Tabellen zu entnehmen.

Die Unterschiede zwischen den größeren Unternehmen bzw. Organisationen und den KMU sind differenziert zu bewerten. Summarisch bewerten 68,8 Prozent der GU / Konzerne und mit 71,8 Prozent der KMU etwas mehr eine globale Transparenz als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Größer sind die Unterschiede hinsichtlich der Bewertung einerseits mit „sehr wichtig“, was GU / Konzerne mit 30,1 Prozent deutlich häufiger angeben als die 24,4 Prozent der KMU, und andererseits mit „wichtig“, wo KMU 47,4 Prozent und damit GU / Konzerne mit 38,7 Prozent etwas weniger häufig zustimmen. KMU antworten häufiger mit „eher unwichtig“ und „unwichtig“ (summarisch 8,9 Prozent) als GU / Konzerne (4,3 Prozent). Damit scheint die Unternehmensgröße allein eher wenig Aufschluss über die Prioritäten der Antwortenden zu geben.

(2) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Technologien, um ein möglichst hohes Maß an Transparenz über für Sie relevante Anbieter zu gewinnen?

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=226)	13,7%	55,8%	13,3%	10,6%	6,6%
Industrie (n=141)	13,5%	58,9%	10,6%	12,1%	5,0%
Dienstleistung (n=52)	5,8%	51,9%	17,3%	11,5%	13,5%
GU / Konzerne (n=93)	11,8%	58,1%	11,8%	12,9%	5,4%
KMU (n=133)	15,0%	54,1%	14,3%	9,0%	7,5%



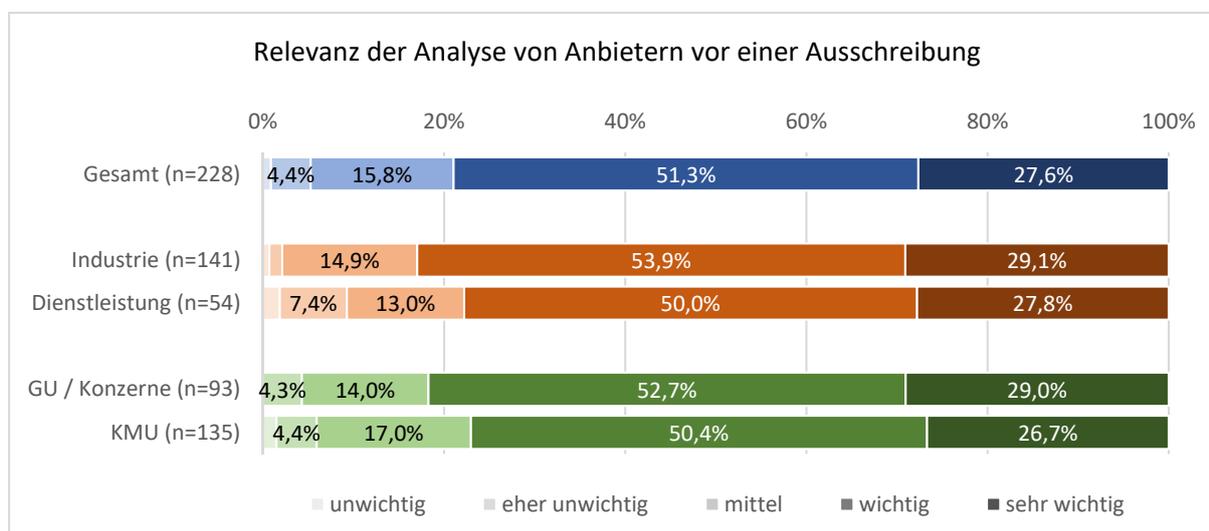
Im Sinne einer Gegenüberstellung von Wunsch und (jetzige) Wirklichkeit wurde der aktuelle Stand des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Systeme zwecks Gewinnung eines hohen Maßes an globaler Beschaffungsmarkt- bzw. Anbietertransparenz abgefragt. Angesichts der relativen Neuigkeit der am Markt verfügbaren Lösungen überrascht es wenig, dass insgesamt lediglich 6,6 Prozent der Teilnehmenden angeben, eine solche bereits zu nutzen. Immerhin 10,6 Prozent befinden sich in der „Einführungs-/ Testphase“ und weitere 13,3 Prozent haben die „Einführung konkret geplant“. Nur 13,7 Prozent planen „keine Nutzung“ in den nächsten Jahren, so dass sich knapp 56 Prozent noch in der „Ideen- und Orientierungsphase“ befinden.

Dienstleister, die solche Lösungen bereits nutzen, liegen mit 13,5 Prozent deutlich vor Industrieunternehmen (5 Prozent). Hinsichtlich der „Einführungsphase“ ist die Lage fast ausgeglichen (11,5 Prozent zu 12,1 Prozent). Mit 13,5 Prozent geben deutlich mehr Industrieunternehmen an, einen „Einsatz“ solcher Lösungen „nicht zu planen“, als Dienstleister (5,8 Prozent). Da Teilnehmende aus der Industrie die Bedeutung solcher Systeme klar höher bewerteten als Dienstleister, ist bei ersteren auch anteilig im Vergleich ein größerer Nachholbedarf festzustellen.

Die Unterschiede zwischen GU / Konzernen und KMU sind eher klein. Summarisch liegen die Antworten für „bereits im Einsatz“ befindliche Lösungen und „Einführungsphase“ weniger als zwei Prozentpunkte auseinander; bei der Antwort, dass „kein Einsatz geplant“ sei, auch nur gut drei Prozentpunkte.

(3) Wie wichtig ist es für Sie in näherer Zukunft, möglichst viele potenziell in Frage kommende Anbieter VOR einer Ausschreibung analysieren zu können, um die für Sie besten Lieferanten zu finden?

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,9%	4,4%	15,8%	51,3%	27,6%
Industrie (n=141)	0,7%	1,4%	14,9%	53,9%	29,1%
Dienstleistung (n=54)	1,9%	7,4%	13,0%	50,0%	27,8%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	4,3%	14,0%	52,7%	29,0%
KMU (n=135)	1,5%	4,4%	17,0%	50,4%	26,7%



Der Wunsch nach Transparenz und damit einer voraussichtlich gegenüber dem Status quo deutlich höheren Anzahl identifizierter Anbieter ist mit dem Aspekt zu verbinden, dass diese Informationen auch für den Beschaffungsprozess genutzt werden sollten. Dies wiederum erfordert einen effizienten Prozess, der gleichzeitig nicht aus Aufwandsgründen zu einem unbegründeten Ausschluss von Kandidaten führt, was wiederum nur durch die Nutzung entsprechender Software-Tools gewährleistet werden kann.

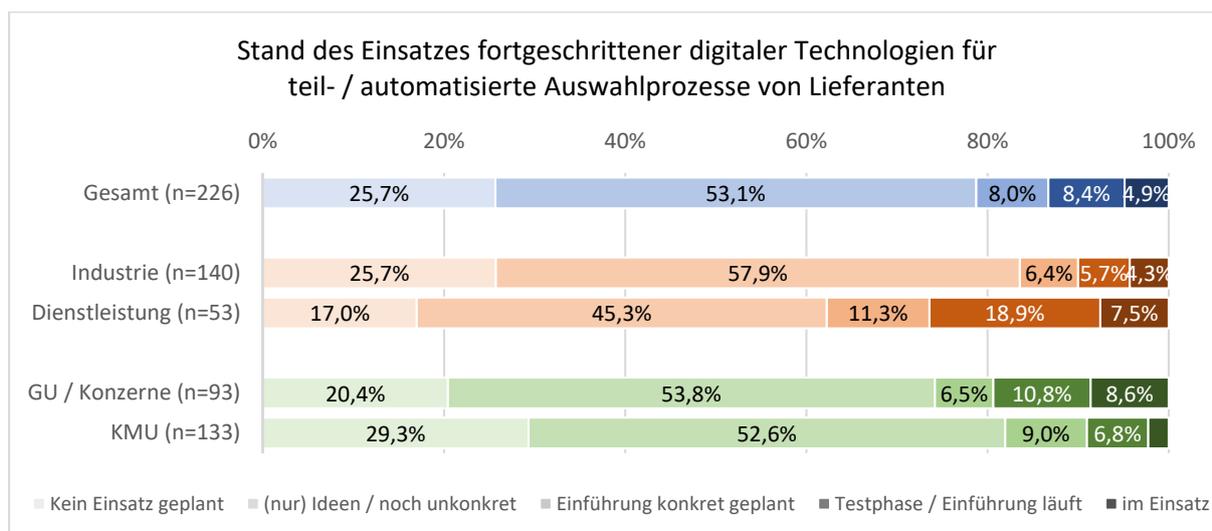
Die Möglichkeit, vor der eigentlichen Ausschreibung möglichst viele potenzielle Kandidaten analysieren zu können, bewerten summarisch knapp 79 Prozent der Antwortenden mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Ein klares Indiz, dass der Wunsch nach Anbieter-Transparenz dazu führen soll, die besten Lieferanten für das Unternehmen zu gewinnen. Die gut 5 Prozent, die dies mit „unwichtig“ oder „eher unwichtig“ beantworten, befinden sich vermutlich entweder in einer komfortablen (wettbewerbsarmen) Marktsituation oder verfügen am Anbietermarkt strukturbedingt (oder mangels aktueller Transparenz vermeintlich) über nur wenige Alternativen.

Industrieunternehmen bewerten diese Möglichkeit sowohl im Bereich „sehr wichtig“ als auch im Bereich „wichtig“ etwas häufiger als Dienstleister, was sich wiederum mit Aspekten wie den stark arbeitsteiligen und globalisierten Industrien sowie dem Bedarfsportfolio erklären lassen könnte.

Die Unterschiede zwischen GU / Konzernen und KMU sind wenig ausgeprägt, wobei die größeren Unternehmen stärker mit „sehr wichtig“ (29,0 Prozent) und gar nicht mit „unwichtig“ antworten, wohingegen KMU dies zu vergleichsweise geringeren 26,7 Prozent und zu („kaum relevanten“) 1,5 Prozent tun.

(4) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Technologien für teil- / automatisierte Auswahlprozesse, die die effiziente Einbeziehung auch einer sehr großen Zahl von Anbietern im Rahmen eines strukturierten Ausleseprozesses VOR einer Ausschreibung erlauben?

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=226)	25,7%	53,1%	8,0%	8,4%	4,9%
Industrie (n=140)	25,7%	57,9%	6,4%	5,7%	4,3%
Dienstleistung (n=53)	17,0%	45,3%	11,3%	18,9%	7,5%
GU / Konzerne (n=93)	20,4%	53,8%	6,5%	10,8%	8,6%
KMU (n=133)	29,3%	52,6%	9,0%	6,8%	2,3%



Ebenfalls wenig überraschend ist der – im Vergleich zur gewünschten Möglichkeit der Einbeziehung vieler Anbieter in den Analyseprozess vor der eigentlichen Ausschreibung – geringe Nutzungsstand entsprechender digitaler Lösungen für diesen Aufgabenbereich. Nur knapp 5 Prozent geben an, bereits entsprechende Systeme „zu nutzen“, 8,4 Prozent sind in der „Einführungsphase“ und 8 Prozent in der „Planungsphase“. Dagegen planen mit 25,7 Prozent überraschend viele in nächste Zeit „keine“ solche Nutzung. Über die Hälfte der Antwortenden (53,1 Prozent) sind in der „Ideenphase“.

Im Vergleich zum Stand der Nutzung von Transparenzsteigernden Lösungen liegen die Unternehmen und Organisationen hier offenbar noch weiter zurück. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Herstellung von Beschaffungsmarkttransparenz oftmals als Vorphase von konkreten Beschaffungsaktivitäten gesehen wird und der strukturierte (Vor-)Auswahlprozess enger mit der finalen Ausschreibung und damit mit Aktivitäten wie der Angebotsaufforderung (Request for Quotation – RfQ) verbunden ist. Hierfür wiederum existieren oftmals dezidierte Ausschreibungs-Tools, die zwar selten eine sehr große

Anzahl von Kandidaten effizient in diesem Sinne handhaben können, jedoch könnte es Widerstände geben, ein weiteres System nutzen zu wollen.

Dienstleister sind gegenüber der Industrie mit 7,5 Prozent versus 4,3 Prozent „im Einsatz“ und 18,9 Prozent gegenüber 5,7 Prozent „in Einführung“ befindlicher Lösungen deutlich fortgeschrittener. Auch planen hier nur 17 Prozent im Vergleich zu 25,7 Prozent „keinen Einsatz“ in näherer Zukunft.

In ähnlicher Weise liegen die GU / Konzerne deutlich vor den KMU.

b) Evaluation von Lieferanten und Risikoanalysen

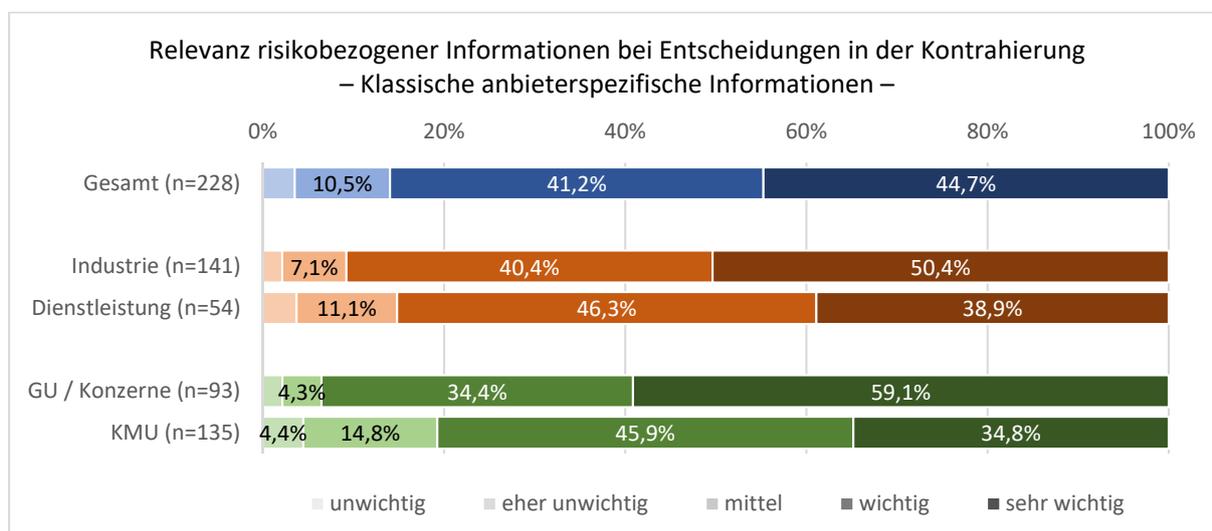
Die Bewertung von Anbietern vor einer etwaigen Einbeziehung in den finalen Ausschreibungsprozess und damit vor der Kontrahierung sowie in der Phase der Zusammenarbeit mit den Lieferanten nach Kontrahierung wird generell als wesentliche Aufgabe des Einkaufs angesehen. In diesem Zusammenhang spielen in der Regel eine Vielzahl an Informationen über unterschiedliche Sachverhalte eine Rolle. Dabei sind auch unterschiedliche, mit dem jeweiligen Anbieter bzw. Lieferanten verbundene Risiken und Eigenschaften zu bewerten. Wir wollten erfahren, welche dieser Bereiche von besonderem Interesse für die Beschaffungsverantwortlichen sind und inwieweit für die Erlangung dieser Informationen fortgeschrittene digitale Lösungen bereits genutzt werden oder deren Einsatz geplant ist.

Neben den traditionell typischerweise erhobenen anbieterspezifischen Informationen zu dessen bisherigen und aktuellen Kunden, zum Produktportfolio, beherrschten Technologien, installierten Qualitätsmanagementsystemen oder der Finanzstabilität wurden in jüngerer Zeit an Bedeutung gewonnene Informationsfelder wie umweltbezogene und soziale Aspekte, Compliance-relevante Daten sowie zu länder- bzw. regionenspezifischen Kriterien abgefragt.

(5) Wie wichtig sind für Sie in näherer Zukunft risikobezogene Informationen bei Ihren Entscheidungen hinsichtlich der Kontrahierung (Identifikation, Bewertung, Vorselektion) neuer Lieferanten?

Klassische anbieterspezifische Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,0%	3,5%	10,5%	41,2%	44,7%
Industrie (n=141)	0,0%	2,1%	7,1%	40,4%	50,4%
Dienstleistung (n=54)	0,0%	3,7%	11,1%	46,3%	38,9%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	2,2%	4,3%	34,4%	59,1%
KMU (n=135)	0,0%	4,4%	14,8%	45,9%	34,8%



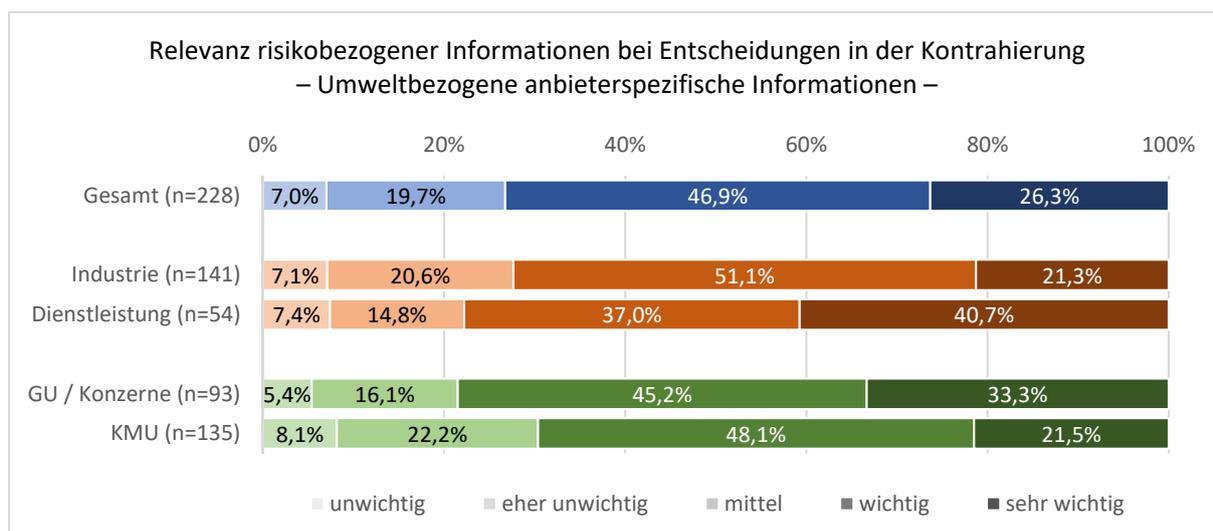
Hinsichtlich der typischerweise bereits in der Vergangenheit erhobenen Informationen geben knapp 86 Prozent an, diese für „wichtig“ oder „sehr wichtig“ zu halten, was kaum überraschen dürfte, da diese nach wie vor eine wesentliche Rolle bei der Bewertung von Anbietern spielen dürften. Keine/r der Antwortenden hält dies für „unwichtig“ und lediglich 3,5 Prozent für „eher unwichtig“.

In der Industrie ist die Bedeutung deutlich höher als bei den Dienstleistern. So bewerten über die Hälfte der Industrievertreter*innen mit „sehr wichtig“ und 40,4 Prozent mit „wichtig“ gegenüber knapp 39 Prozent sowie 46,3 Prozent der Dienstleister. Summarisch liegt die Industrie bei 90,8 Prozent und damit 5,6 Prozentpunkte in Front. Auch hier dürfte die Bedeutung der einzukaufenden Materialien für die Produktion in der Industrie eine erhebliche Rolle spielen, da dort Qualitätsmängel, Fehllieferungen oder gar Lieferausfälle gravierende Auswirkungen haben können.

Hinsichtlich der Größe der Unternehmen ist die Differenz noch ausgeprägter. Hier liegen die GU / Konzerne summarisch sogar bei 93,5 Prozent für „wichtig“ und „sehr wichtig“, wohingegen die KMU lediglich auf 80,7 Prozent kommen. Eine Ursache könnte sein, dass viele KMU mit relativ gesehen weniger Lieferanten zusammenarbeiten als größere Unternehmen und diese daher besser kennen. Insgesamt ist jedoch auch bei den KMU die Bewertung der Wichtigkeit dieser Informationen hoch.

Umweltbezogene anbieterspezifische Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,0%	7,0%	19,7%	46,9%	26,3%
Industrie (n=141)	0,0%	7,1%	20,6%	51,1%	21,3%
Dienstleistung (n=54)	0,0%	7,4%	14,8%	37,0%	40,7%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	5,4%	16,1%	45,2%	33,3%
KMU (n=135)	0,0%	8,1%	22,2%	48,1%	21,5%



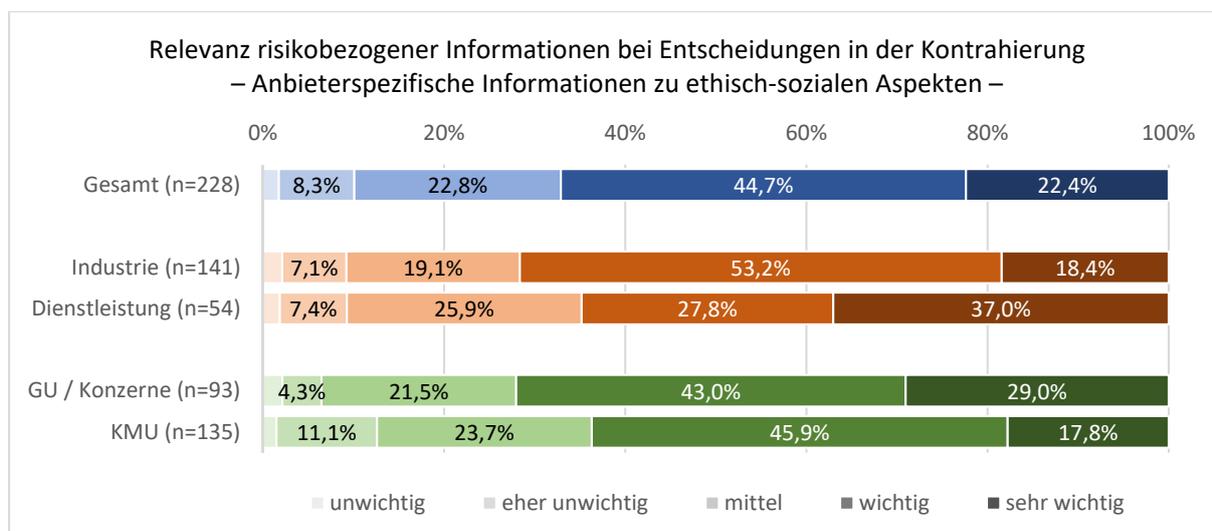
Nahezu drei Viertel der Antwortenden bewerten umweltbezogene anbieterspezifische Informationen mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Auch wenn diese Entwicklung bereits seit geraumer Zeit zu beobachten ist, mag dieser recht hohe Wert etwas überraschen. Angesichts der in jüngerer Zeit erhöhten Berichtspflichten sowie dem Druck der Öffentlichkeit, teilweise den Kunden und auch seitens des Gesetzgebers erscheint diese Bewertung jedoch nur konsequent. Niemand hält diese Informationen für „unwichtig“ und lediglich 7 Prozent halten dies für „eher unwichtig“.

Für Dienstleister spielt dies offenbar eine noch größere Rolle (40,7 Prozent votieren mit „sehr wichtig“ und 37 Prozent mit „wichtig“) als in der Industrie (21,3 Prozent und 51,1 Prozent). Damit liegen die Dienstleister auch summarisch mit 77,7 Prozent vor der Industrie (72,4 Prozent). Ein Erklärungshintergrund ist hier ohne Ansicht der Dienstleister und Industrieunternehmen im Einzelnen nicht ohne weiteres auszumachen.

In ähnlicher Weise messen die GU / Konzerne dem Thema Nachhaltigkeitsinformationen ebenfalls mehr Bedeutung zu als die teilnehmenden KMU dies tun. Erstere halten dieses Thema zu einem Drittel für „sehr wichtig“, wohingegen dies bei KMU nur etwas über ein Fünftel angeben. Auch summarisch liegen die GU / Konzerne mit 78,5 Prozent vor den kleineren und mittelständischen Unternehmen (knapp 70 Prozent), wobei diese KMU-Quote ebenfalls als hoch eingestuft werden kann. Größere Unternehmen sind häufiger direkt von gesetzlichen Regelungen, bspw. zu Veröffentlichungspflichten, betroffen als KMU und sind tendenziell noch stärker global vernetzt, so dass sie typischerweise u. a. auch häufiger umweltbezogenen Vorschriften in anderen Ländern genügen müssen.

Anbieterspezifische Informationen zu ethisch-sozialen Aspekten

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	1,8%	8,3%	22,8%	44,7%	22,4%
Industrie (n=141)	2,1%	7,1%	19,1%	53,2%	18,4%
Dienstleistung (n=54)	1,9%	7,4%	25,9%	27,8%	37,0%
GU / Konzerne (n=93)	2,2%	4,3%	21,5%	43,0%	29,0%
KMU (n=135)	1,5%	11,1%	23,7%	45,9%	17,8%



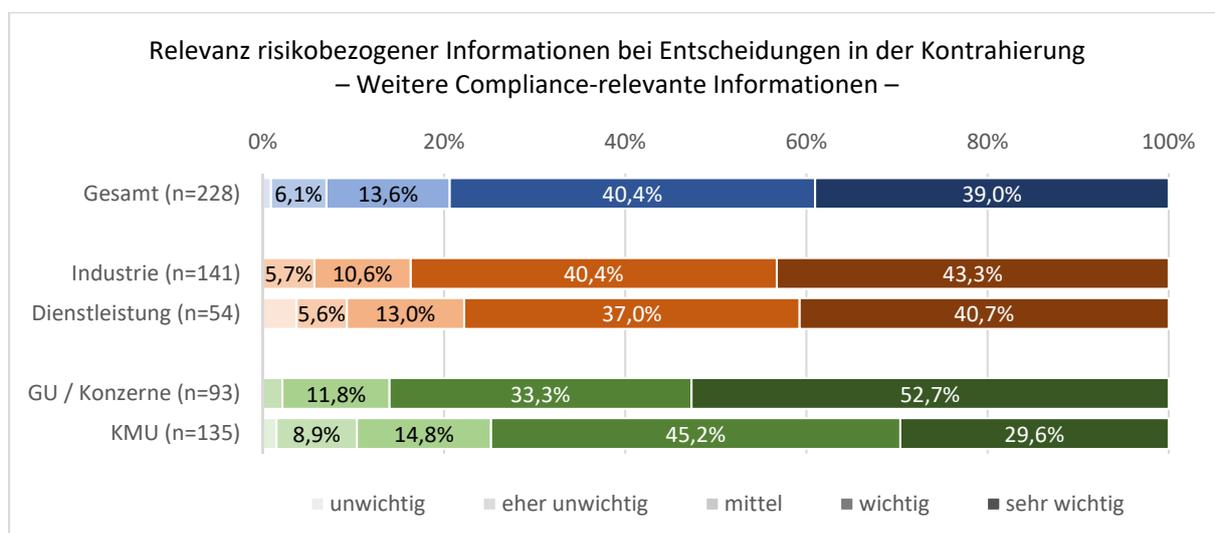
Hinsichtlich ethisch-sozialer Aspekte ist die summarische Bewertung aller Teilnehmenden mit „wichtig“ und „sehr wichtig“ nicht ganz so hoch wie für den Umweltbereich, aber mit gut zwei Drittel noch hoch. Knapp 2 Prozent geben diese Informationen als „unwichtig“ und gut 8 Prozent als „eher unwichtig“ an. Hier könnte wiederum die Verteilung der Lieferketten auf Länder in globaler Hinsicht ebenso eine Rolle spielen wie das Bedarfsportfolio. Zu berücksichtigen ist auch, dass das jüngst beschlossene Sorgfaltspflichtengesetz in Lieferketten hinsichtlich der Einhaltung sozialer und ethischer Kriterien (Menschenrechte, Arbeitsbedingungen) erst in der Praxis angemessene Aufmerksamkeit erlangen muss, so dass erwartet werden kann, dass entsprechende Informationen über Anbieter und Lieferanten zukünftig für die Beschaffung von größerer Bedeutung werden dürften.

Dienstleister bewerten diese Informationen zu 37 Prozent als „sehr wichtig“ gegenüber lediglich 18,4 Prozent der Industrieunternehmen. Diese bewerten diese Informationen allerdings mit 53,2 Prozent als „wichtig“ und damit deutlich stärker als die Dienstleister (27,8 Prozent), so dass summarisch die Industrie mit 71,6 Prozent vor den Dienstleistern (64,8 Prozent) liegt. Diese Differenzen lassen sich wohl nur mittels Einzelanalysen erklären.

Die GU / Konzerne geben summarisch zu 72 Prozent an, dass sie ethisch-soziale Informationen über den Anbieter bzw. Lieferanten für „wichtig“ (43 Prozent) oder „sehr wichtig“ (29 Prozent) halten. Die KMU kommen hier summarisch nur auf 63,7 Prozent, was vor allem an der deutlich geringeren Bewertung mit „sehr wichtig“ (17,8 Prozent) liegt. Allerdings stellen diese knapp zwei Drittel der Antwortenden, die eine solche Wichtigkeit konstatieren, eine bemerkenswerte Größenordnung dar. Grundsätzlich scheint das Thema damit über die Branchen und Unternehmensgrößen hinweg bereits heute eine nicht unerhebliche Bedeutung einzunehmen.

Weitere Compliance-relevante Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,9%	6,1%	13,6%	40,4%	39,0%
Industrie (n=141)	0,0%	5,7%	10,6%	40,4%	43,3%
Dienstleistung (n=54)	3,7%	5,6%	13,0%	37,0%	40,7%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	2,2%	11,8%	33,3%	52,7%
KMU (n=135)	1,5%	8,9%	14,8%	45,2%	29,6%



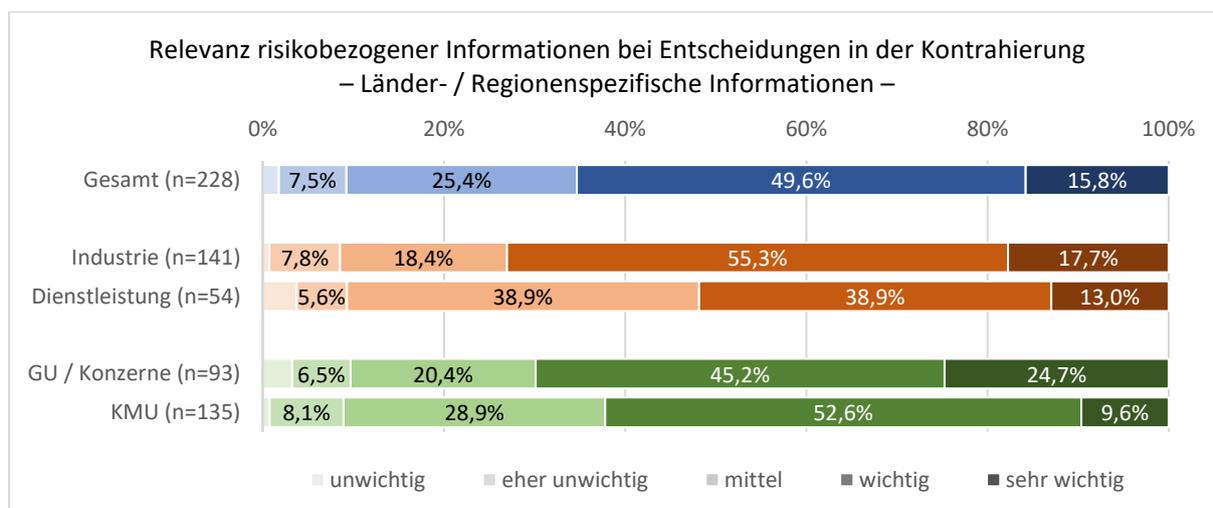
Neben umweltbezogenen und ethisch-sozialen Aspekten können weitere, mehr oder weniger explizit ausgeprägte bzw. seitens der Unternehmung oder des Gesetzgebers „hart“ vorgegebene Compliance-Aspekte eine Rolle spielen. Dabei wird das relevante Umfeld immer komplexer, da sich global agierende Unternehmen einer großen Vielzahl geltender Gesetze, Regelungen und Normen ausgesetzt sehen. Diese sind einzuhalten, zumindest aber muss hierüber Transparenz sichergestellt werden.

Wenig verwunderlich bewerten nahezu 80 Prozent der Antwortenden die diesbezüglichen Informationen – zu fast identischen Anteilen – als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Die Industrie liegt hier in den beiden Bewertungskategorien rund 3 Prozentpunkte vor den Dienstleistern und damit summarisch 6 Prozentpunkte vorn, was als eher geringfügige Differenz angesehen werden kann.

Die hohen Bewertungen basieren vor allem auf den Angaben der größeren Unternehmen, die hier zu 52,7 Prozent „sehr wichtig“ angeben; hinzu kommt ein Drittel, die mit „wichtig“ votieren. KMU erreichen dagegen nicht ganz 30 Prozent für „sehr wichtig“ und weisen 45,2 Prozent für „wichtig“ auf. Ähnlich wie bei den umweltbezogenen Informationen kann vermutet werden, dass größere Unternehmen sich hinsichtlich dieser weiteren Compliance-Regeln stärker internationalen Gesetzen, Regelungen und Normen ausgesetzt sehen als KMU und daher mehr Wert auf die Bereitstellung diesbezüglicher Informationen liegen.

Länder- / Regionenspezifische Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	1,8%	7,5%	25,4%	49,6%	15,8%
Industrie (n=141)	0,7%	7,8%	18,4%	55,3%	17,7%
Dienstleistung (n=54)	3,7%	5,6%	38,9%	38,9%	13,0%
GU / Konzerne (n=93)	3,2%	6,5%	20,4%	45,2%	24,7%
KMU (n=135)	0,7%	8,1%	28,9%	52,6%	9,6%



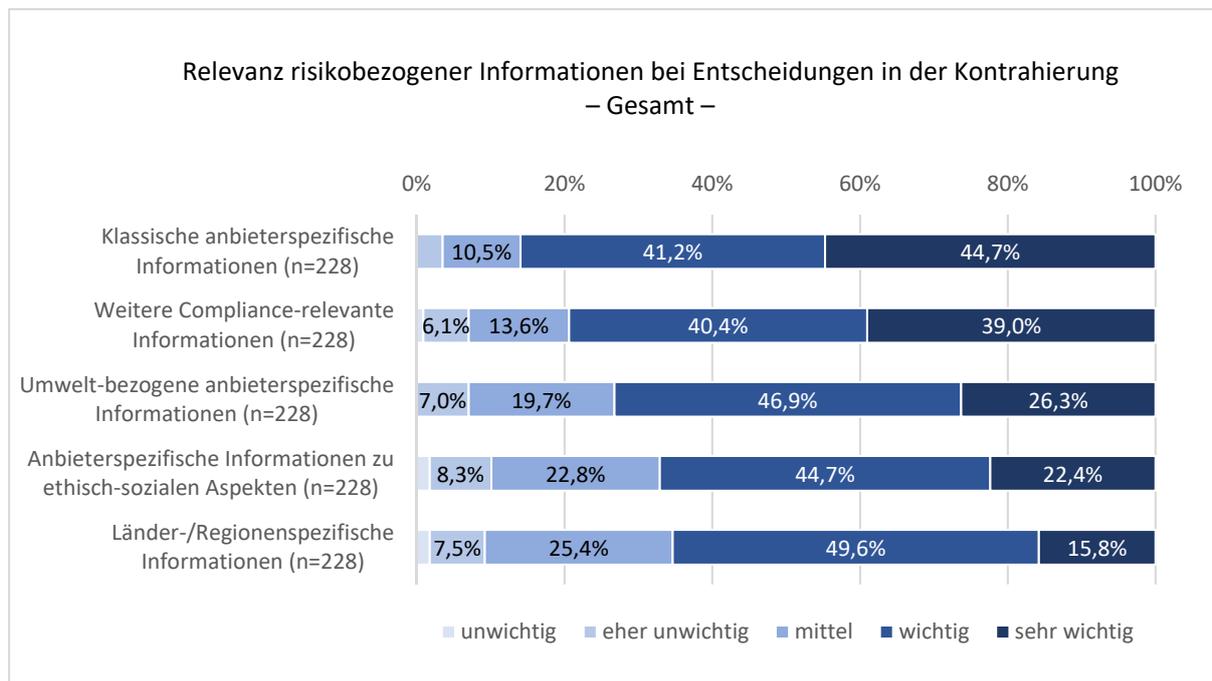
Länder- und regionenspezifische Informationen können in diverser Hinsicht von Bedeutung für die Bewertung der mit Anbietern und Lieferanten verbundenen Risiken sein. Auf der Hand liegen politische Risiken, die schon immer – zumindest in gewissem Maße – eine Rolle bei Entscheidungen über die Zusammenarbeit mit Anbietern gespielt haben dürften. Angesichts der Entwicklungen in den letzten Jahren hin zu verstärkt autokratischen Systemen in vielen Ländern dürfte sich die Bedeutung dieses Aspekts weiter erhöht haben, zumal diese Entwicklungen auch in bisher als demokratisch geltenden Ländern und auch innerhalb der Europäischen Union zu beobachten sind.

Weitere Aspekte, die hier von Relevanz sein können, sind kulturelle Aspekte, der Bildungsstand, Einkommensniveau und -verteilung, Finanzrisiken, Klimarisiken u. v. a. m. Insbesondere auch vor dem Hintergrund eines fortschreitenden Klimawandels mit der wachsenden Gefahr von Naturkatastrophen, deren Risiko teilweise regional unterschiedlich ausgeprägt ist, sollte eine länder- bzw. regionenspezifische Risikobewertung bei der Lieferantenauswahl erfolgen.

Von den Teilnehmenden bewerten knapp zwei Drittel diese Informationen summarisch als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. In der Industrie sind dies allerdings nahezu drei Viertel der Unternehmen, was wiederum auf deren globales Agieren und deren Abhängigkeit von Materiallieferungen für die eigene Produktion und damit für den Absatz zurückzuführen sein könnte. Die Dienstleister fallen hier mit gut der Hälfte der Antworten klar zurück, weisen jedoch diesem Aspekt auch eine bedeutende Rolle zu.

Nahezu ein Viertel der GU / Konzerne votieren mit „sehr wichtig“ und weitere 45,2 Prozent mit „wichtig“. Summarisch liegen diese damit deutlich vor den KMU, bei denen etwas weniger als ein Zehntel mit „sehr wichtig“ und über die Hälfte mit „wichtig“ stimmten. Es kann vermutet werden, dass die potenziell stärker globalisierten größeren Unternehmen diesem Aspekt naturgemäß auch eine höhere Bedeutung zuweisen. Zudem stehen in diesen häufig eher entsprechende Ressourcen zur Verfügung.

Gesamtüberblick der Relevanz risikobezogener Informationen in der Kontrahierungsphase



Im direkten Vergleich wird damit den traditionellen anbieterspezifischen Informationen die größte Bedeutung zugewiesen, gefolgt von den weiteren Compliance-relevanten Daten. Dies verwundert nicht, da hier häufig konkrete Gesetze und Regeln vorliegen, deren Nichtbefolgung empfindliche Konsequenzen nach sich ziehen kann. Danach folgen umweltbezogene vor ethisch-sozialen und länder- bzw. regionenspezifischen Informationen.

Dabei ist zu konstatieren, dass die letztplatzierte Kategorie immer noch eine summarische Bewertung mit „wichtig“ und „sehr wichtig“ von rund zwei Dritteln aufweist. Es wird damit deutlich, dass der Informationsbedarf in der gesamten hier erfassten Breite als recht hoch angesehen werden kann. Diese Entwicklung stellt die Beschaffungsfunktion durchaus vor einige Herausforderungen. Die erforderlichen Daten müssen regelmäßig, am besten laufend erhoben und ausgewertet werden. Hieraus sind Rückschlüsse für die Leistungsfähigkeit und die Risikoexposition des Beschaffungsnetzwerks zu ziehen und bei Bedarf sind geeignete Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen sowie zu kontrollieren.

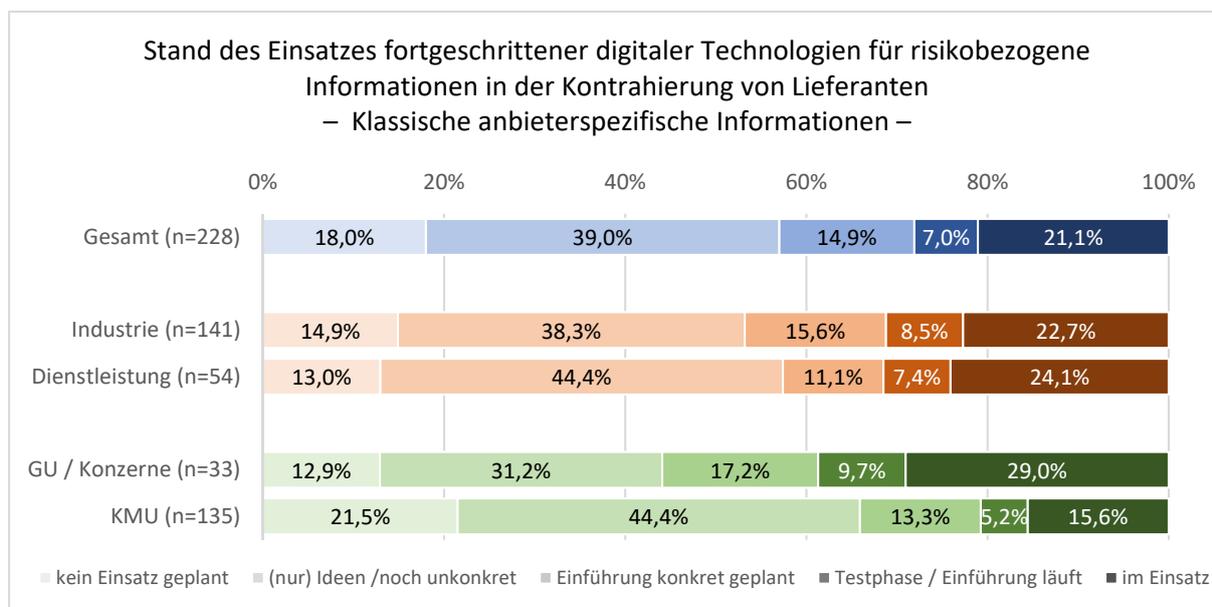
Für die Erhebung und Auswertung der umfangreichen Daten sind geeignete digitale Hilfsmittel einzusetzen, da andernfalls weder eine möglichst vollständige Erhebung noch eine adäquate Analyse der Daten möglich ist. Die bestehenden zeitlichen und monetären Restriktionen verhindern hier eine stark manuell getriebene Vorgehensweise. Die Entwicklung und der Einsatz selbstentwickelter Systeme für diesen Zweck dürfte nur in großen und finanzstarken Unternehmen möglich sein, die zudem über entsprechend qualifiziertes Personal verfügen, dieses akquirieren können oder anderweitig Zugriff auf externe Anbieter entsprechender Leistungen haben (Freelancer etc.).

Inzwischen haben sich am Markt leistungsfähige Dienstleister etabliert, die entsprechende Informationen über Software-as-a-Service-Angebote oder Plattformen zur Verfügung stellen können. Inwieweit diese bereits genutzt werden, haben wir mit den folgenden Fragen zu eruieren versucht.

(6) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Technologien, um für Sie relevante risikobezogene Informationen hinsichtlich der Kontrahierung von Lieferanten zu gewinnen?

Klassische anbieterspezifische Informationen

	kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=228)	18,0%	39,0%	14,9%	7,0%	21,1%
Industrie (n=141)	14,9%	38,3%	15,6%	8,5%	22,7%
Dienstleistung (n=54)	13,0%	44,4%	11,1%	7,4%	24,1%
GU / Konzerne (n=33)	12,9%	31,2%	17,2%	9,7%	29,0%
KMU (n=135)	21,5%	44,4%	13,3%	5,2%	15,6%



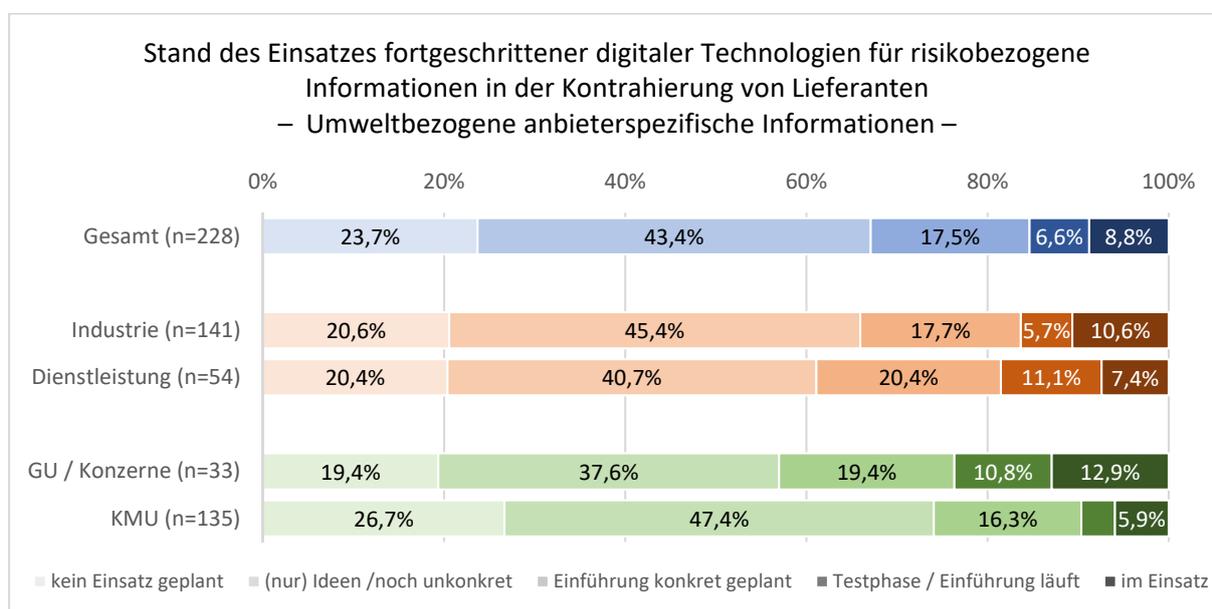
Ein gutes Fünftel der Antwortenden nutzen in ihren Unternehmen bzw. Organisationen fortgeschrittene digitale Hilfsmittel für die Erfassung, Analyse und Bereitstellung klassischer anbieterbezogener Informationen im Prozess vor der Kontrahierung von Lieferanten. Angesichts der gegebenen praktischen Bedeutung dieser Informationen und erfahrungsbasiert kann davon ausgegangen werden, dass sehr viele Anwender hier traditionelle Softwaresysteme im Einsatz haben. Anzumerken ist, dass die Trennschärfe zwischen traditionellen und fortgeschrittenen digitalen Systemen gerade in diesem Bereich nicht immer stark ausgeprägt ist. 7 Prozent sind hier in der „Test- oder Einführungsphase“ und knapp 15 Prozent haben die „Einführung aktuell konkret geplant“. Der mit 39 Prozent größte Anteil hat bisher nur „erste Ideen“ und fast 20 Prozent planen „keinen Einsatz“.

Die Unterschiede zwischen Industrie und Dienstleistern sind nicht stark ausgeprägt, so dass aus der Datenlage keine Rückschlüsse gezogen werden können. Auffällig ist das erheblich stärker bei den GU / Konzernen ausgeprägte Interesse im Vergleich zu den KMU. So haben nahezu doppelt so viele größere

Unternehmen ein solches System bereits „im Einsatz“ als die KMU (29 Prozent zu 15,6 Prozent). Eine ähnliche Relation ergibt sich bei den in „Einführung“ befindlichen Systemen (9,7 Prozent zu 5,2 Prozent). Auch planen mehr GU / Konzerne (17,2 Prozent) „konkret die Einführung“ als KMU (13,3 Prozent); deutlich weniger planen „keine Einführung“ (12,9 Prozent gegenüber 21,5 Prozent KMU). Die bei der vorherigen Frage zur empfundenen Wichtigkeit dieser Informationen festgestellte stärkere Ausprägung bei den GU / Konzernen spiegelt sich damit in der Nutzung und den Plänen für eine Einführung wider.

Umweltbezogene anbieterspezifische Informationen

	kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=228)	23,7%	43,4%	17,5%	6,6%	8,8%
Industrie (n=141)	20,6%	45,4%	17,7%	5,7%	10,6%
Dienstleistung (n=54)	20,4%	40,7%	20,4%	11,1%	7,4%
GU / Konzerne (n=33)	19,4%	37,6%	19,4%	10,8%	12,9%
KMU (n=135)	26,7%	47,4%	16,3%	3,7%	5,9%



Erwartungsgemäß sind die „im Einsatz“ befindlichen fortgeschrittenen digitalen Systeme für umweltbezogene anbieterspezifische Informationen deutlich geringer ausgeprägt als hinsichtlich der traditionell erhobenen Informationen. Lediglich 8,8 Prozent geben an, ein solches System bereits „zu nutzen“, 6,6 Prozent sind in der „Test-/Einführungsphase“ und 17,5 Prozent „planen konkret“ dessen „Einführung“. Dies ist summarisch nahezu ein Drittel aller Antwortenden und damit ein angesichts von drei Vierteln der Antwortenden, die diese Informationen mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“ angegeben haben, klar steigerungsfähig, aber auch kein schlechter Wert, wenn man an den Neuigkeitscharakter der Lösungen denkt. 43,4 Prozent sind noch in der „Ideenphase“ und fast ein Viertel sehen aktuell „keinen Bedarf“ für solche Lösungen. Letzteres mag wieder in spezifischen Branchenstrukturen, Marktsituationen und Bedarfspotfolios begründet liegen, da heute kaum jemand um die Erfassung und Analyse umweltbezogener Informationen zu den als Lieferanten in Frage kommenden Anbietern herumkommen dürfte.

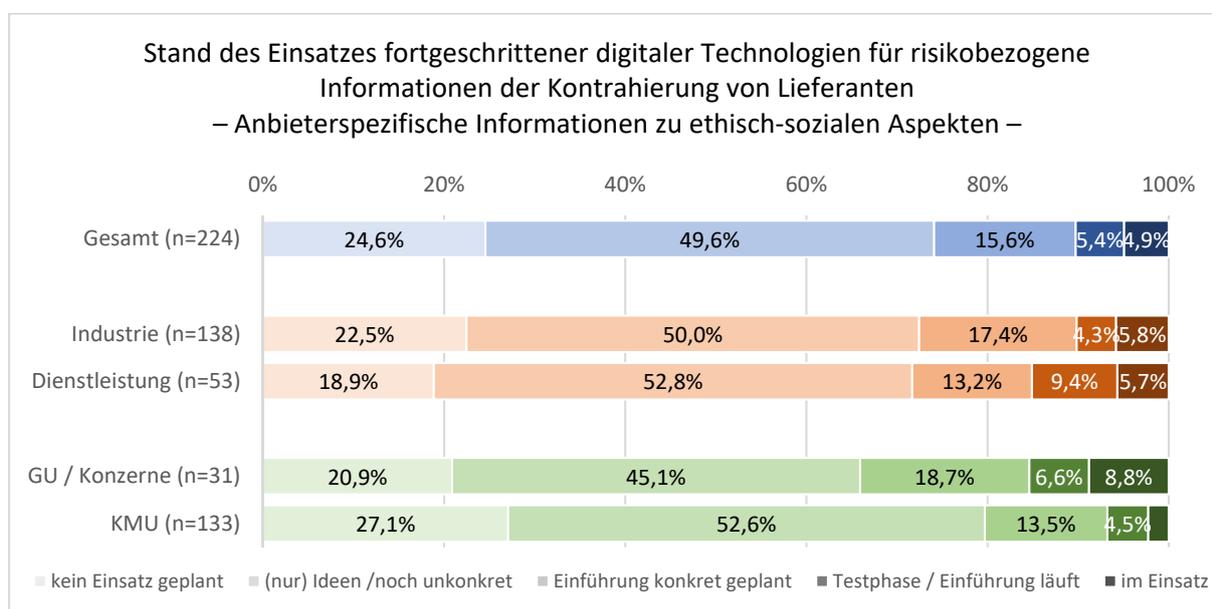
Die Industrie hat mit 10,6 Prozent mehr Systeme „im Einsatz“ als die Dienstleister (7,4 Prozent). Allerdings geben letztere häufiger an, sich in der „Einführungsphase“ zu befinden (11,1 Prozent zu 5,7 Prozent), so dass sich hier die Lage nivellieren könnte. Auch die Quote hinsichtlich des Vorliegens „konkreter Pläne zur Einführung“ sind bei den Dienstleistern mit 20,4 Prozent höher als in der Industrie mit

17,7 Prozent, so dass die Dienstleister hier summarisch mit 38,9 Prozent vor der Industrie (34 Prozent) liegen. Die „Ablehnungsquote“ ist dagegen in beiden Bereichen mit gut einem Fünftel etwa gleich hoch.

GU / Konzerne sind erwartungsgemäß deutlich „weiter fortgeschritten“ bei der „Planung“ und „Einführung“ dieser Systeme als KMU. Bei den bereits genutzten Systemen ist die Quote mehr als doppelt so hoch (12,9 Prozent zu 5,9 Prozent), bei der „in Einführung“ befindlichen Systemen nahezu das Dreifache (10,8 Prozent zu 3,7 Prozent). Bei den „konkreten Planungen“ liegen die GU / Konzerne gut 3 Prozentpunkte vorn (19,4 Prozent), so dass sich summarisch 43,1 Prozent ergeben, die mit dem Thema bereits fortgeschritten sind. Bei den KMU liegt dieser Wert bei lediglich 25,9 Prozent, womit eine ausgeprägte Diskrepanz vorliegt. Da aber nur 26,7 Prozent der KMU aktuell keinen Bedarf für derartige Systeme sehen (GU / Konzerne 19,4 Prozent), dürfte sich im Zeitablauf ein Aufholprozess abzeichnen.

Anbieterspezifische Informationen zu ethisch-sozialen Aspekten

	kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=224)	24,6%	49,6%	15,6%	5,4%	4,9%
Industrie (n=138)	22,5%	50,0%	17,4%	4,3%	5,8%
Dienstleistung (n=53)	18,9%	52,8%	13,2%	9,4%	5,7%
GU / Konzerne (n=31)	20,9%	45,1%	18,7%	6,6%	8,8%
KMU (n=133)	27,1%	52,6%	13,5%	4,5%	2,3%



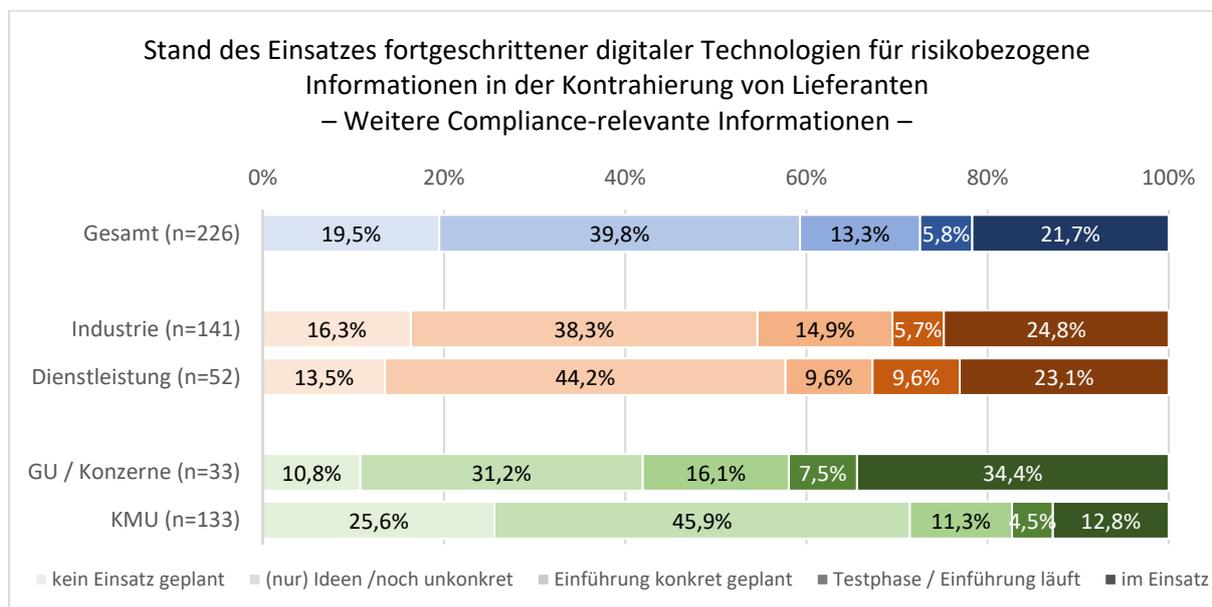
Die Entwicklung des Einsatzes von fortgeschrittenen digitalen Lösungen für die Erfassung und Analyse ethisch-sozialer Aspekte hinkt in der Praxis noch recht deutlich hinter solchen für umweltbezogene Fragen hinterher. Nicht einmal 5 Prozent haben solche Systeme „im Einsatz“ und nur etwas mehr (5,4 Prozent) befinden sich in der „Einführungsphase“ – zusammengenommen also gerade einmal ein Zehntel der Antwortenden. Nimmt man die 15,6 Prozent, die eine „Einführung konkret planen“ hinzu, wird summarisch lediglich ein gutes Viertel erreicht (gegenüber einem Drittel bei den umweltbezogenen Systemen). Angesichts von zwei Dritteln der Antwortenden, die diese Informationen als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ ansehen, ergibt sich ein massiver Nachholbedarf. So geben auch nahezu die Hälfte der Antwortenden an, sich zumindest gedanklich mit solchen Systemen zu beschäftigen. Keinen Bedarf sehen knapp ein Viertel der Befragten.

Während hinsichtlich der nicht ganz 6 Prozent „im Einsatz“ befindlicher Systeme zwischen Industrie und Dienstleistern kaum Unterschiede vorliegen, sind mehr als doppelt so viele Dienstleister in der „Einführungsphase“ (9,4 Prozent zu 4,3 Prozent). Eine ähnliche Differenz ergibt sich in umgekehrter Weise zugunsten der Industrieunternehmen bei den „konkret geplanten Einführungen“, so dass sich summarisch über diese drei Antwortkategorien ähnliche Werte für die beiden Sektoren von etwas über einem Viertel ergeben.

Wiederum sind GU / Konzerne deutlich fortgeschrittener als KMU. Dies ist besonders ausgeprägt bei den bereits „im Einsatz“ befindlichen Systemen (8,8 Prozent gegenüber 2,3 Prozent), zeigt sich auch bei den in „Einführung“ befindlichen Lösungen (6,6 Prozent zu 4,5 Prozent) sowie den „konkret geplanten Anwendungen“ (18,7 Prozent zu 13,5 Prozent). Damit liegen die GU / Konzerne bei diesen drei Werten summarisch über einem Drittel, wohingegen die KMU nicht einmal auf 20 Prozent kommen. Vor dem Hintergrund der stärkeren Exposition größerer Unternehmen hinsichtlich ethisch-sozialer Problemstellungen, die u.a. an dem tendenziell höheren Globalisierungsgrad liegen sowie der Tatsache, dass bspw. das Lieferkettengesetz ab dem Jahre 2023 für Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitenden in Kraft tritt und das diverse Anforderungen an das Risikomanagement in Bezug auf soziale Aspekte mit sich bringt, verwundern die stärkeren Aktivitäten bei den GU / Konzernen nicht. Angesichts der hohen Quote bei den KMU hinsichtlich der Entwicklung „erster Ideen“ (52,6 Prozent) und „nur“ 27,1 Prozent, die hier aktuell keinen Bedarf sehen, dürften auch in diesem Bereich die KMU über die Zeit weitgehend nachziehen. Auch dies ist angesichts der Entwicklungen in diesem Bereich, wie der Geltung des Lieferkettengesetzes ab 1.000 Mitarbeitenden ab dem Jahre 2024, nachvollziehbar.

Weitere Compliance-relevante Informationen

	kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=226)	19,5%	39,8%	13,3%	5,8%	21,7%
Industrie (n=141)	16,3%	38,3%	14,9%	5,7%	24,8%
Dienstleistung (n=52)	13,5%	44,2%	9,6%	9,6%	23,1%
GU / Konzerne (n=33)	10,8%	31,2%	16,1%	7,5%	34,4%
KMU (n=133)	25,6%	45,9%	11,3%	4,5%	12,8%



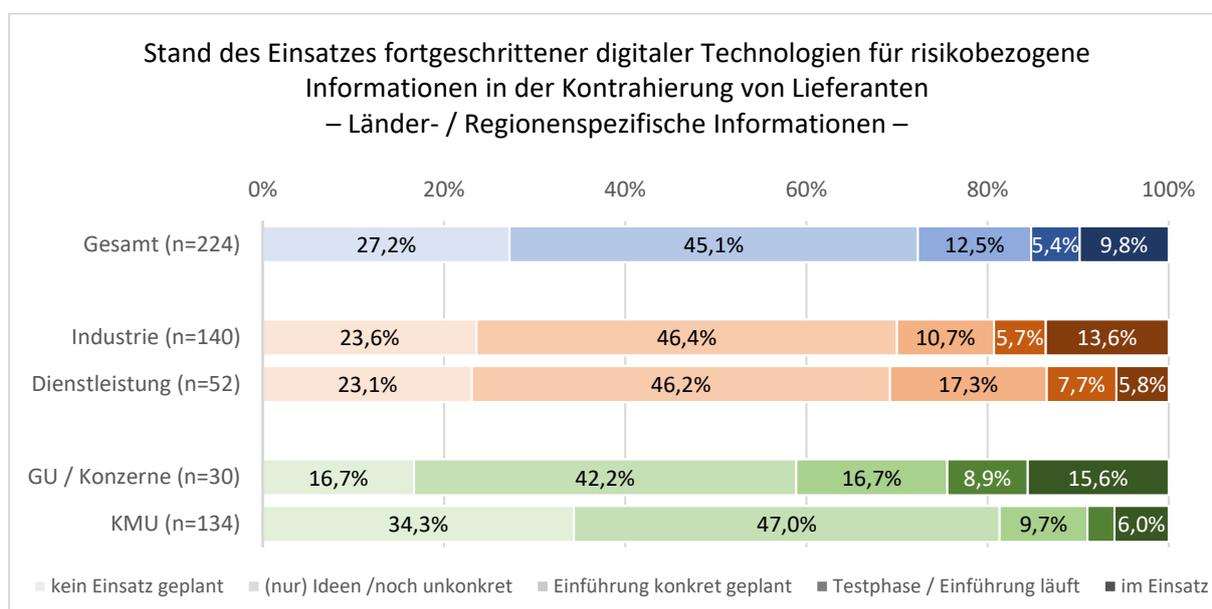
Die Werte für Lösungen in Bezug auf die weiteren Compliance-relevanten Informationen fallen wenig überraschend ähnlich aus wie die für die klassischen anbieterbezogenen Informationen. Nahezu 22 Prozent haben hier bereits eine fortgeschrittene digitale Lösung „im Einsatz“, knapp 6 Prozent sind in der „Einführungsphase“ und 13,3 Prozent haben hierfür „konkrete Pläne“, was sich zu rund 40 Prozent addiert. Für die klassischen Anbieterinformationen waren dies mit 43 Prozent nur wenig mehr. Auch für die Anteile hinsichtlich des Bestehens „erster Ideen“ für den Einsatz solcher Lösungen (knapp 40 Prozent) und bei der „Ablehnungsquote“ (19,5 Prozent) ergeben sich ähnliche Werte.

Ebenso sind auch zwischen Industrieunternehmen und Dienstleistern nur kleinere Differenzen zu verzeichnen. Ein knappes Viertel der Industrievertreter*innen geben an, bereits ein System zu „nutzen“, bei den Dienstleistern sind es 23,1 Prozent. Hier befinden sich dafür mehr in der „Einführungsphase“ (9,6 Prozent gegenüber 5,7 Prozent). Dafür haben wieder mehr Industrieunternehmen „konkrete Einführungspläne“ (14,9 Prozent zu 9,6 Prozent). Nur 13,5 Prozent der Dienstleister sehen aktuell „keinen Bedarf“ an solchen Lösungen, in der Industrie sind dies mit 16,3 Prozent etwas mehr. Beide Sektoren treiben die Einführung dieser Systeme damit mit ähnlicher Intensität voran.

GU / Konzerne (34,4 %) weisen einen deutlichen Vorsprung vor KMU (12,8 Prozent) auf. Dies zeigt sich ebenfalls bei den anderen Antwortkategorien recht klar und insbesondere auch bei der mit 10,8 Prozent vergleichsweise erheblich geringeren „Ablehnungsquote“ (25,6 Prozent bei KMU).

Länder- / Regionenspezifische Informationen

	kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=224)	27,2%	45,1%	12,5%	5,4%	9,8%
Industrie (n=140)	23,6%	46,4%	10,7%	5,7%	13,6%
Dienstleistung (n=52)	23,1%	46,2%	17,3%	7,7%	5,8%
GU / Konzerne (n=30)	16,7%	42,2%	16,7%	8,9%	15,6%
KMU (n=134)	34,3%	47,0%	9,7%	3,0%	6,0%



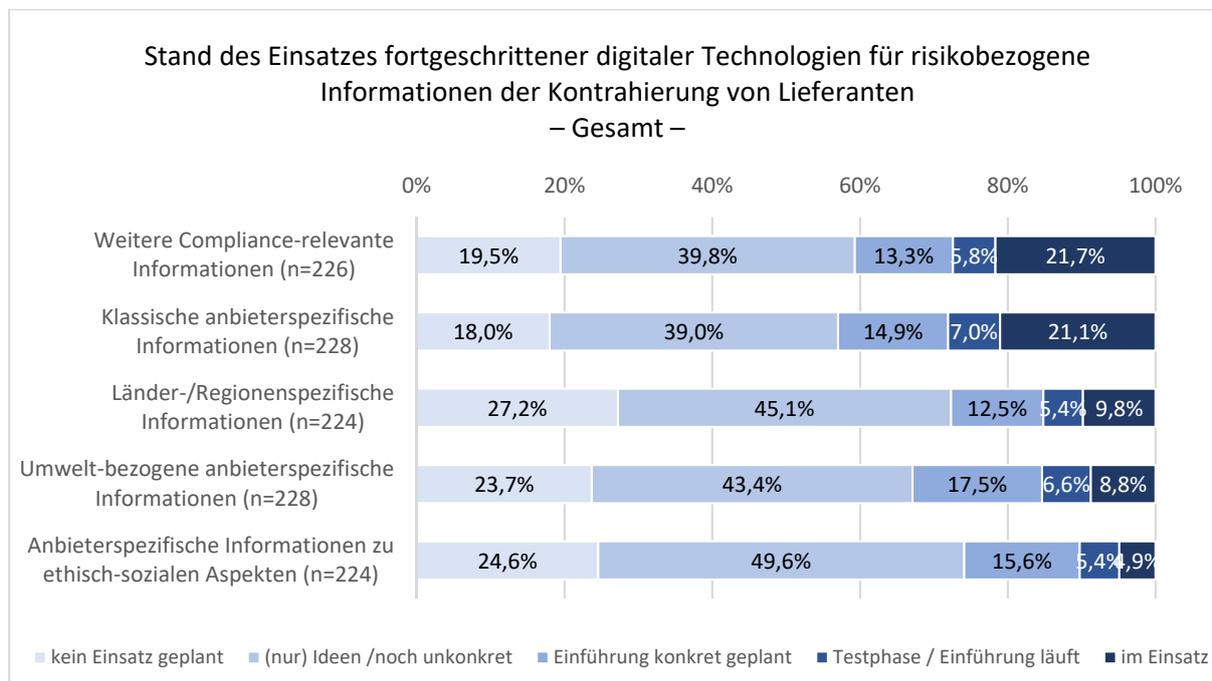
Angesichts von zwei Dritteln der Antwortenden, die länder- bzw. regionenspezifische Informationen für „wichtig“ oder „sehr wichtig“ erachten, ist die „Nutzungsquote“ fortgeschrittener digitaler Lösungen mit nicht einmal einem Zehntel noch sehr gering. 5,4 Prozent befinden sich in der „Einführungsphase“ und 12,5 Prozent haben die „Einführung konkret geplant“. Dies sind summarisch lediglich 27,7 Prozent, also ein gutes Viertel, die hier bereits konkreter geworden sind. 45,1 Prozent haben bisher „nur Ideen“ hierzu und mehr als ein Viertel geben aktuell „keinen Bedarf“ für diese Lösungen an, was angesichts der deutlich höheren Relevanzbewertung etwas überraschend ist. Hier könnten mangelnde Ressourcen für die Planung und Einführung entsprechender Systeme die Ursache sein.

Die Industrie ist beim Nutzungsstand gegenüber den Dienstleistern klar vorn (13,6 Prozent zu 5,8 Prozent), was sich jedoch durch die höheren Werte der Dienstleister bei den „in Einführung“ befindlichen Lösungen (7,7 Prozent zu 5,7 Prozent) und vor allem bei den „geplanten Anwendungen“ (17,3 Prozent zu 10,7 Prozent) relativiert. Die weiteren Werte sind nahezu identisch.

Erneut liegen die GU / Konzerne in allen Werten deutlich vor den KMU bzw. bei der Angabe, dass „keine Nutzung geplant“ sei, deutlich dahinter. Letzteres geben mehr als ein Drittel (34,3 Prozent) der KMU an, aber nur 16,7 Prozent der GU / Konzerne. Den 15,6 Prozent „aktueller Nutzung“ bei den

GU / Konzernen stehen nur 6 Prozent bei den KMU entgegen; in der „Einführungsquote“ liegt der Unterschied bei 8,9 Prozent zu 3 Prozent und bei den „konkreten Plänen“ 16,7 Prozent zu 9,7 Prozent. Angesichts der durchschnittlich deutlich stärker zu vermutenden globalen Vernetzung größerer Unternehmen, ist nicht nur das Interesse an diesen Informationen größer, sondern auch der Drang hierfür entsprechende fortgeschrittenen digitale Systeme zu nutzen.

Gesamtüberblick zum Einsatz fortgeschrittener digitaler Technologien für Risikoinformationen in der Kontrahierungsphase



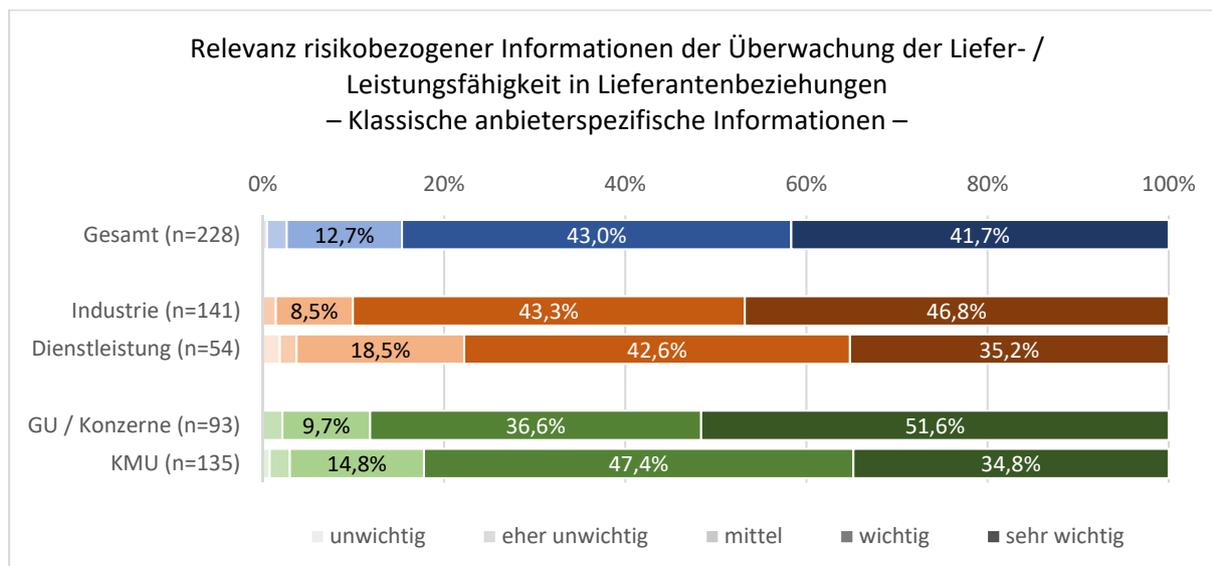
Über alle abgefragten Bereiche gesehen, ist der Nutzungsgrad von fortgeschrittenen digitalen Lösungen für klassische anbieterspezifische und (weitere) Compliance-relevante Informationen in etwa gleich hoch und liegt etwas über 20 Prozent. Die Quoten für die anderen Bereiche liegen mit jeweils weniger als der Hälfte dieses Wertes und sogar nur einem Viertel bei ethisch-sozialen Informationen deutlich zurück.

Die Angaben, dass „kein Einsatz“ der jeweiligen Lösungen geplant sei, schwanken zwischen 18 Prozent für die klassischen anbieterspezifischen und 27,2 Prozent bei länder- bzw. regionenspezifischen Informationen. Hierbei ist zu beachten, dass die Bereiche Handel und Öffentlicher Sektor, wo diese Aspekte teilweise weniger relevant sind, in den Werten mit einbezogen wurden. Insgesamt ist für alle Bereiche eine hohe Tendenz zur Einführung fortschrittlicher digitaler Lösungen festzustellen.

(7) Wie wichtig sind für Sie in näherer Zukunft risikobezogene Informationen hinsichtlich der Überwachung der Liefer- / Leistungsfähigkeit in bestehenden Lieferantenbeziehungen?

Klassische anbieterspezifische Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,4%	2,2%	12,7%	43,0%	41,7%
Industrie (n=141)	0,0%	1,4%	8,5%	43,3%	46,8%
Dienstleistung (n=54)	1,9%	1,9%	18,5%	42,6%	35,2%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	2,2%	9,7%	36,6%	51,6%
KMU (n=135)	0,7%	2,2%	14,8%	47,4%	34,8%



Risikobezogene Lieferanteninformationen klassischer Art werden zu 41,7 Prozent mit „sehr wichtig“ und mit 43 Prozent mit „wichtig“ bewertet. Die Bewertung mit „unwichtig“ ist verschwindend gering und dürfte Sondersituationen zuzuschreiben sein. Auch „eher unwichtig“ finden dies kaum Antwortende.

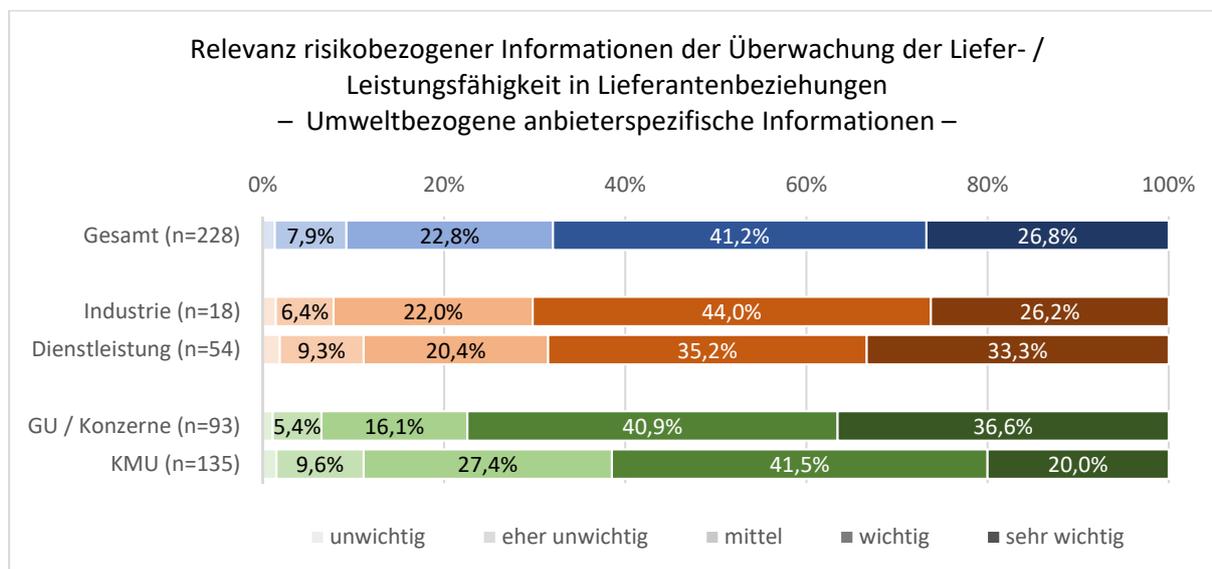
Die Industrie legt deutlich stärkeren Wert auf diese Informationen als Dienstleister, was angesichts der typischen Bedarfsportfolios wenig verwundert. Hier bewerten 46,8 Prozent der Industrieunternehmen diese Informationen mit „sehr wichtig“ und 43,3 Prozent mit „wichtig“, summarisch konstatieren also gut 90 Prozent die Wichtigkeit dieser Aspekte. Die Dienstleister liegen hier mit 35,2 Prozent für „sehr wichtig“ und 42,6 Prozent für „wichtig“ zurück, wobei damit aber mehr als drei Viertel die Wichtigkeit generell bestätigen.

GU / Konzerne stufen die Bedeutung dieser Informationen höher als KMU ein. Während 51,6 Prozent der größeren Unternehmen mit „sehr wichtig“ und 36,6 Prozent mit „wichtig“ votieren, sind dies bei KMU 34,8 Prozent bzw. 47,4 Prozent. Summarisch liegen diese beiden Gruppen damit nur 6 Prozentpunkte auseinander (88,2 Prozent zu 82,2 Prozent). Der Unterschied liegt also primär in der Gewichtung der Wichtigkeit.

Dementsprechend kann von einer (sehr) hohen Bedeutung unterstützender fortgeschrittener digitaler Tools für beide Organisationsgrößen und beide Sektoren ausgegangen werden, da die Gewinnung und das Management dieser zahlreichen Daten kaum mit konventionellen Hilfsmitteln zu bewältigen ist.

Umweltbezogene anbieterspezifische Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	1,3%	7,9%	22,8%	41,2%	26,8%
Industrie (n=18)	1,4%	6,4%	22,0%	44,0%	26,2%
Dienstleistung (n=54)	1,9%	9,3%	20,4%	35,2%	33,3%
GU / Konzerne (n=93)	1,1%	5,4%	16,1%	40,9%	36,6%
KMU (n=135)	1,5%	9,6%	27,4%	41,5%	20,0%



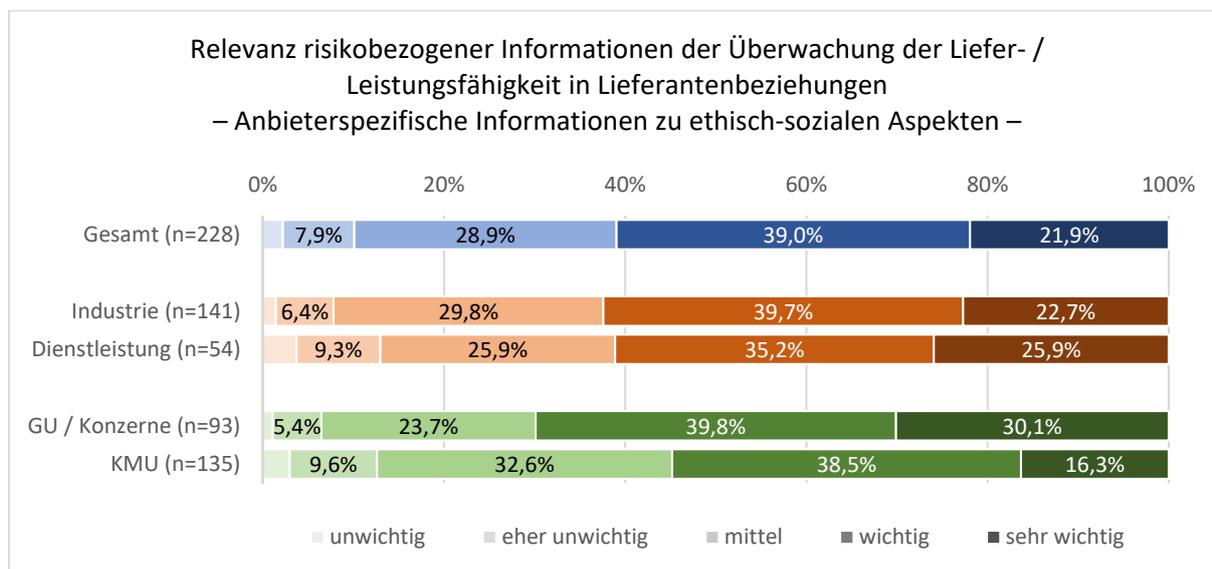
Hinsichtlich umweltbezogener anbieterspezifischer Informationen bewerten mehr als ein Viertel (26,8 Prozent) diese mit „sehr wichtig“ und 41,2 Prozent mit „wichtig“, was summarisch mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Antwortenden ausmacht. Die Bewertung mit „unwichtig“ ist mit 1,3 Prozent sehr gering und dürfte spezifischen Situationen zuzuschreiben sein, ähnlich wie die knapp 8 Prozent, die mit „eher unwichtig“ bewerten.

Industrie und Dienstleister geben ähnliche Bewertungen ab. So votieren gut 70 Prozent der Industrie und nur 1,7 Prozentpunkte weniger bei den Dienstleistern mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Dabei zeigen letztere höhere Bewertungen (33,3 Prozent gegenüber 26,2 Prozent) für „sehr wichtig“, was ohne Ansicht der Einzelfälle kaum interpretiert werden kann.

Großunternehmen liegen mit 77,5 Prozent summarischen Wertungen für „wichtig“ und „sehr wichtig“ deutlich vor den KMU (61,5 Prozent). Auch hier lassen sich ähnliche Erklärungen wie oben für die Kontrahierungsphase anbringen, also die stärkere Exposition größerer Unternehmen in Sachen Umweltrisiken in der Supply Chain.

Anbieterspezifische Informationen zu ethisch-sozialen Aspekten

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	2,2%	7,9%	28,9%	39,0%	21,9%
Industrie (n=141)	1,4%	6,4%	29,8%	39,7%	22,7%
Dienstleistung (n=54)	3,7%	9,3%	25,9%	35,2%	25,9%
GU / Konzerne (n=93)	1,1%	5,4%	23,7%	39,8%	30,1%
KMU (n=135)	3,0%	9,6%	32,6%	38,5%	16,3%



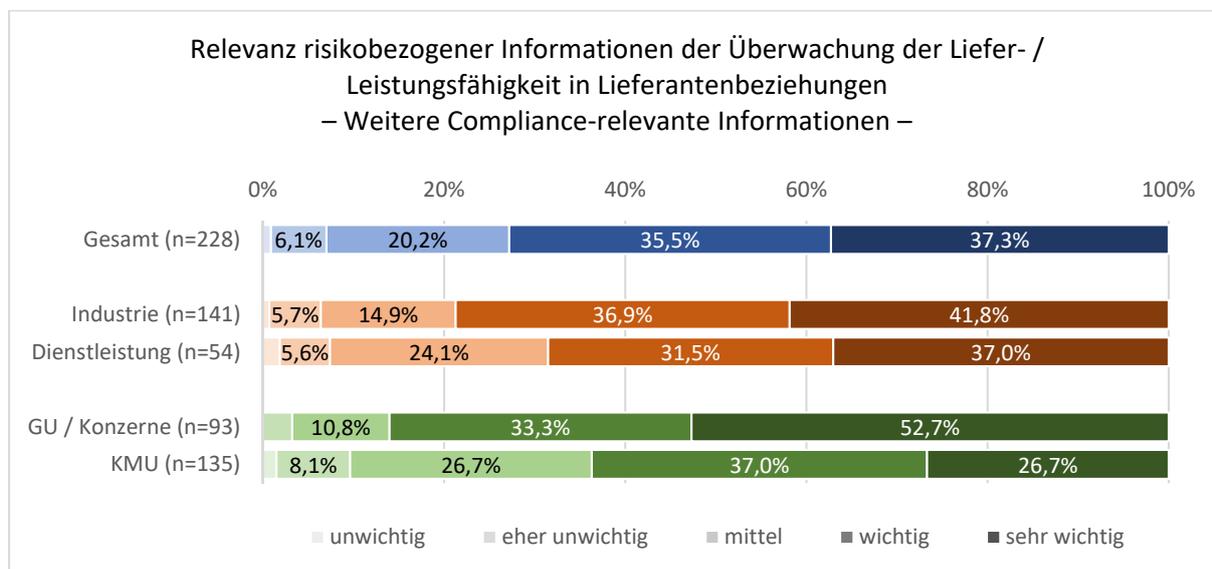
Ethisch-soziale Aspekte hinsichtlich der Lieferanten bewerten summarisch gut 60 Prozent mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Lediglich 2,2 Prozent sehen diese als „unwichtig“ an und knapp 8 Prozent als „eher unwichtig“.

Zwischen Dienstleistern und der Industrie sind nur geringere Unterschiede festzustellen. Erstere liegen geringfügig hinter der Industrie bei den Wichtigkeitsbewertungen, allerdings etwas deutlicher vor der Industrie bei den Unwichtigkeitsbewertungen, die summarisch bei 13 Prozent liegen.

Die größeren Unternehmen ordnen mit summarisch knapp 70 Prozent deutlich häufiger den ethisch-sozialen Aspekten eine Wichtigkeit zu als KMU (54,8 Prozent). Letztere weisen diesen Informationen auch häufiger eine geringere Bedeutung zu (12,6 Prozent) als GU / Konzerne (6,5 Prozent). Der Erklärungshintergrund dürfte wieder ähnlich wie bei den umweltbezogenen Informationen sein. Zudem könnte das neue Lieferkettengesetz hier Einfluss genommen haben.

Weitere Compliance-relevante Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	0,9%	6,1%	20,2%	35,5%	37,3%
Industrie (n=141)	0,7%	5,7%	14,9%	36,9%	41,8%
Dienstleistung (n=54)	1,9%	5,6%	24,1%	31,5%	37,0%
GU / Konzerne (n=93)	0,0%	3,2%	10,8%	33,3%	52,7%
KMU (n=135)	1,5%	8,1%	26,7%	37,0%	26,7%



Die weiteren Compliance-relevanten Informationen erfahren ähnlich wie für die Kontrahierungsphase wiederum eine hohe Gewichtung. So geben 72,8 Prozent an, dass diese „wichtig“ oder „sehr wichtig“ seien. Nicht einmal 1 Prozent halten diese für „unwichtig“ und nur gut 6 Prozent für „eher unwichtig“.

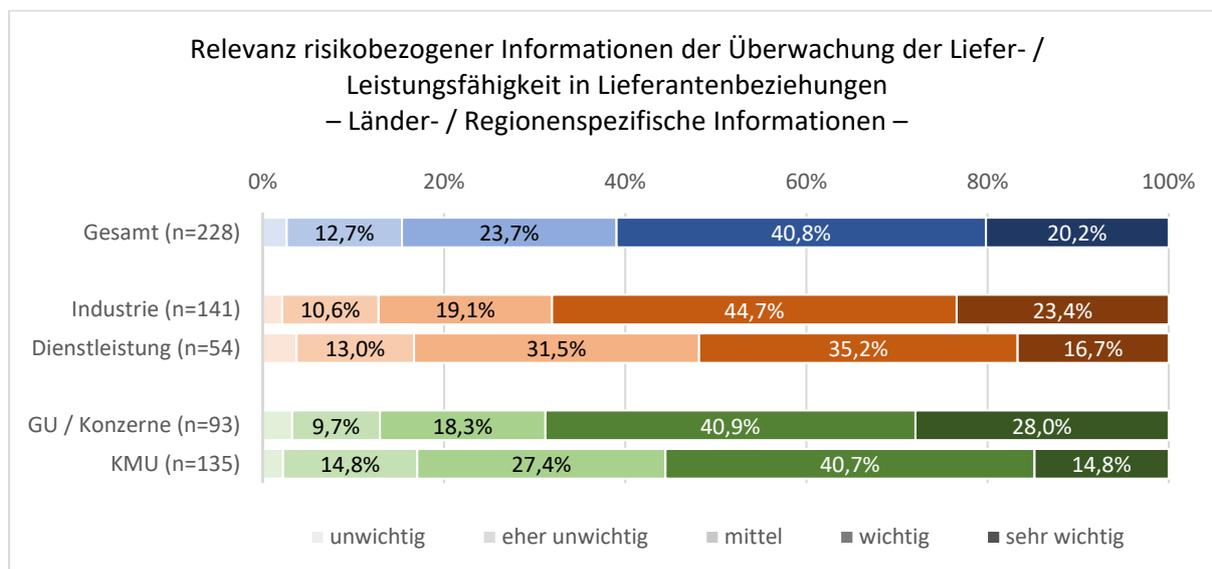
Die Industrie weist diesen Informationen eine höhere Bedeutung zu als die Dienstleister. 78,7 Prozent halten dies für „wichtig“ (36,9 Prozent) oder „sehr wichtig“ (41,8 Prozent). Bei den Dienstleistern sind dies summarisch 68,5 Prozent, wobei nur 37 Prozent mit „sehr wichtig“ stimmen. Die Zustimmungquoten können allerdings für beide Sektoren als hoch eingestuft werden, zumal die Bewertungen mit „unwichtig“ sehr gering und die mit „eher unwichtig“ relativ gering sind.

Es ist ein sehr deutlicher Vorsprung der GU / Konzerne gegenüber den KMU zu konstatieren. Bei Ersteren geben klar über der Hälfte (52,7 Prozent) „sehr wichtig“ und ein Drittel „wichtig“ an, wohingegen bei den KMU lediglich ein gutes Viertel (26,7 Prozent) diese Informationen als „sehr wichtig“ und 37 Prozent als „wichtig“ einschätzen. Immerhin votieren summarisch fast ein Zehntel mit „unwichtig“ oder „eher unwichtig“, wohingegen diese Werte bei den GU / Konzernen eine kaum relevante Größenordnung einnehmen.

Insgesamt ist damit festzustellen, dass hier einerseits GU / Konzerne und andererseits Industrieunternehmen eine deutlich höhere Wichtigkeit dieser Informationen angeben und damit diesen Bereich stärker treiben als KMU bzw. Dienstleister.

Länder- / Regionenspezifische Informationen

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=228)	2,6%	12,7%	23,7%	40,8%	20,2%
Industrie (n=141)	2,1%	10,6%	19,1%	44,7%	23,4%
Dienstleistung (n=54)	3,7%	13,0%	31,5%	35,2%	16,7%
GU / Konzerne (n=93)	3,2%	9,7%	18,3%	40,9%	28,0%
KMU (n=135)	2,2%	14,8%	27,4%	40,7%	14,8%



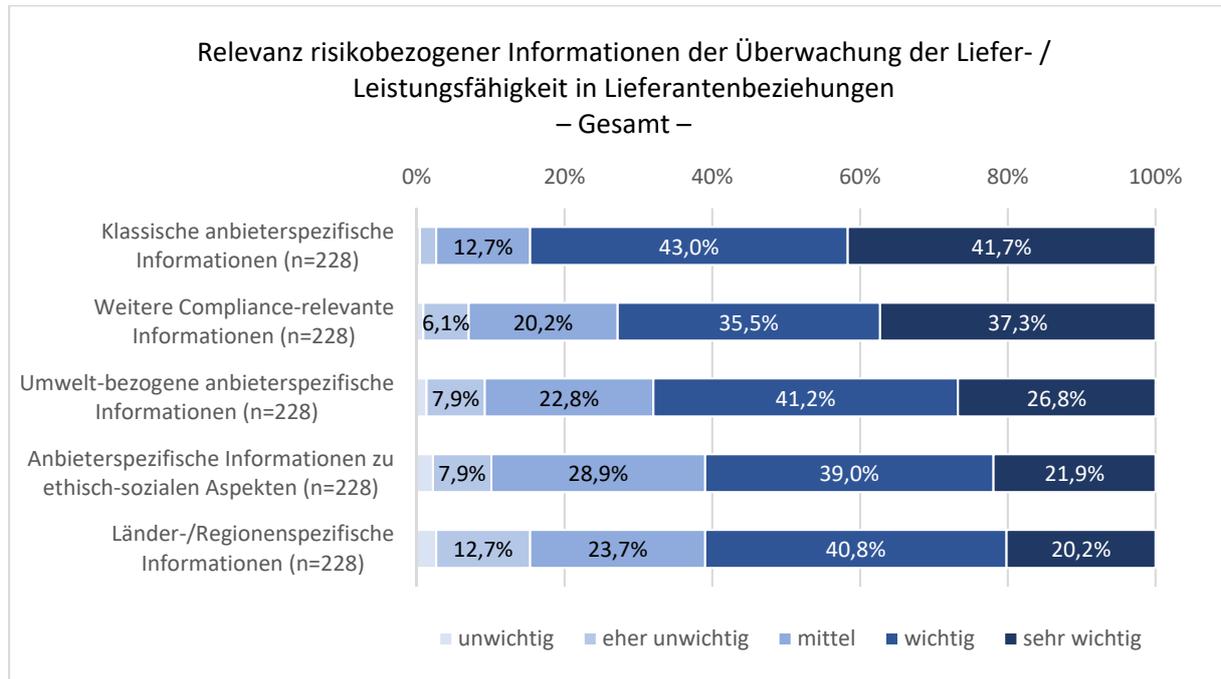
61 Prozent weisen länder- und regionenspezifischen Informationen eine hohe oder sehr hohe Wichtigkeit zu. 2,6 Prozent halten diese für „unwichtig“ und 12,7 Prozent für „eher unwichtig“.

Industrieunternehmen liegen mit summarisch 68,1 Prozent deutlich vor Dienstleistern (51,9 Prozent), wobei die jeweiligen Einzelbewertungen für „wichtig“ und „sehr wichtig“ ebenfalls im Vergleich höher sind. Entsprechendes gilt umgekehrt für die Bewertungen mit „unwichtig“ und „eher unwichtig“.

Auch der Unterschied zwischen GU / Konzernen und KMU fällt recht deutlich aus. Erstere bewerten summarisch zu 68,9 Prozent im Wichtigkeitsbereich, letztere nur zu 55,5 Prozent. Zwar votieren geringfügig mehr Großunternehmen mit „unwichtig“ als KMU, jedoch liegt die summarische Bewertung unter Einbeziehung der Bewertungen mit „eher unwichtig“ bei den GU / Konzernen mit 12,9 Prozent unter der der KMU (17 Prozent).

Insgesamt kann eine mittelhohe Wichtigkeitsbewertung für länder- und regionenspezifische Informationen festgestellt werden, wobei diese für Industrieunternehmen und GU / Konzerne bereits im hohen Bereich liegt. Damit dürfte auch hier eine wachsende Nachfrage nach fortgeschrittenen digitalen Hilfsmitteln bestehen, zumal der Einsatz konventioneller Lösungen in diesem Bereich angesichts der extremen Datenfülle und der stark verteilten Datenquellen als nicht zielführend angesehen werden kann.

Gesamtüberblick zur Relevanz von Risikoinformationen zu aktiven Lieferanten

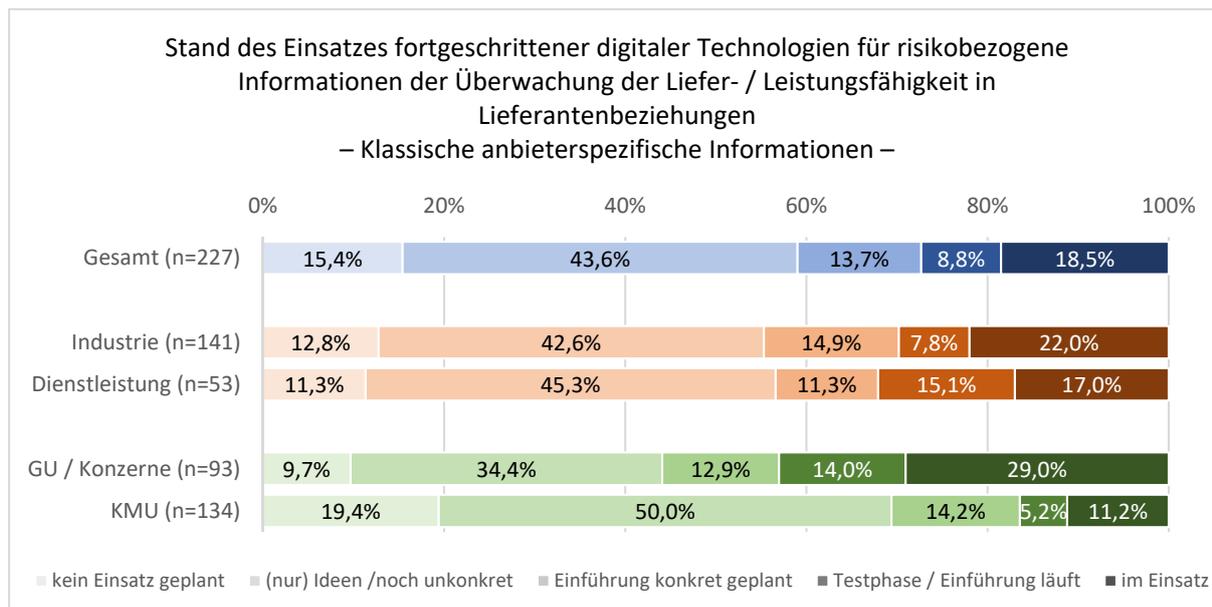


Alles in allem sind die Beurteilungen seitens der Antwortenden mit „wichtig“ und „sehr wichtig“ ähnlich stark ausgeprägt wie für die Phase vor der finalen Kontrahierung. Bei der Überwachung der Liefer- und Leistungsfähigkeit bestehender Lieferanten liegen die klassischen anbieterspezifischen Informationen mit summarisch 84,7 Prozent deutlich vor den (weiteren) Compliance-bezogenen Informationen mit 72,8 Prozent. Es folgen die umweltbezogenen Informationen mit 68 Prozent und gleichauf ethisch-soziale und länder- / regionenspezifische Informationen mit 61 Prozent. Insgesamt können für alle Bereiche recht hohe Wichtigkeitseinschätzungen konstatiert werden. Die Bewertung mit „unwichtig“ dürften sich auf sehr spezifische Situationen beziehen und auch die Werte für „eher unwichtig“ sind kaum ausgeprägt.

(8) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Technologien, um für Sie relevante risikobezogene Informationen hinsichtlich der Überwachung der Liefer- / Leistungsfähigkeit in bestehenden Lieferantenbeziehungen zu gewinnen?

Klassische anbieterspezifische Informationen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=227)	15,4%	43,6%	13,7%	8,8%	18,5%
Industrie (n=141)	12,8%	42,6%	14,9%	7,8%	22,0%
Dienstleistung (n=53)	11,3%	45,3%	11,3%	15,1%	17,0%
GU / Konzerne (n=93)	9,7%	34,4%	12,9%	14,0%	29,0%
KMU (n=134)	19,4%	50,0%	14,2%	5,2%	11,2%



Der aktuelle Stand hinsichtlich der Nutzung fortgeschrittener digitaler Lösungen bei der Überwachung der Liefer- und Leistungsfähigkeit von Lieferanten mittels klassischer anbieterspezifischer Informationen ist mit 18,5 Prozent „im Einsatz“ und 8,8 Prozent „in Einführung“ befindlicher Systeme noch übersichtlich. 13,7 Prozent „planen konkret“ deren Einführung und 43,6 Prozent haben bisher „nur Ideen“ entwickelt. 15,4 Prozent planen zur Zeit „keinen Einsatz“.

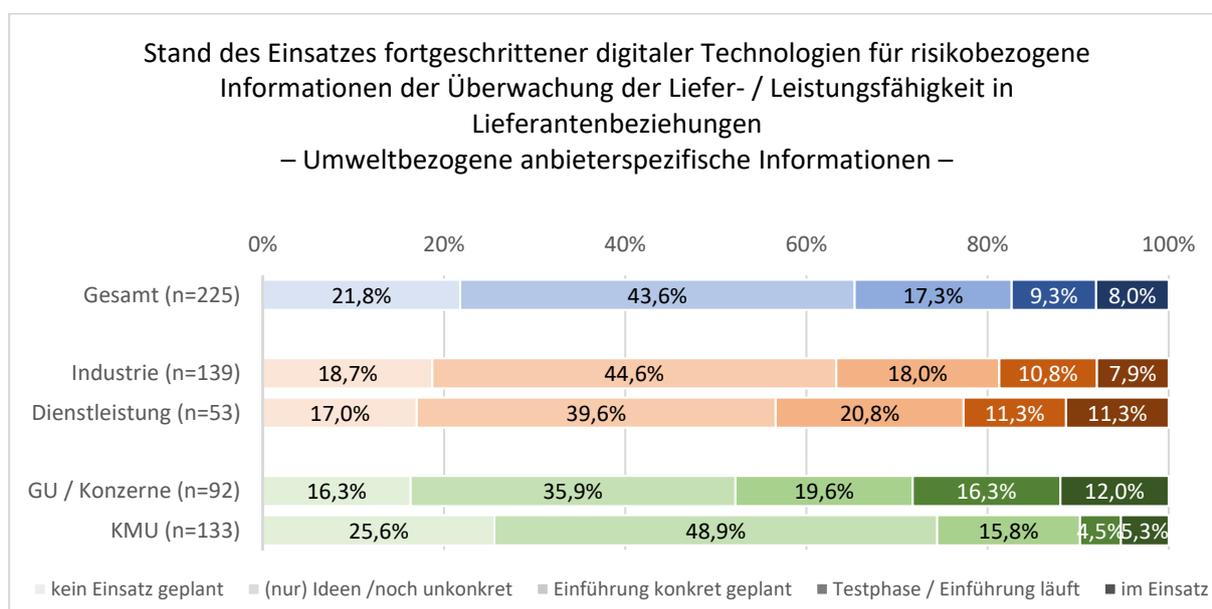
Die Bewertungen sind hier bei der Industrie und den Dienstleistern sehr ähnlich ausgeprägt. Mit 22 Prozent haben etwas mehr Industrieunternehmen als Dienstleister (17 Prozent) solche Systeme „bereits im Einsatz“, allerdings befinden sich bei Letzteren deutlich mehr (15,1 Prozent gegenüber

7,8 Prozent) in der „Einführungsphase“. Die Werte dafür, dass „kein Einsatz geplant“ ist, sind mit 12,8 Prozent in der Industrie und 11,3 Prozent bei den Dienstleistern ähnlich hoch.

GU / Konzerne liegen mit 29 Prozent „bereits genutzter“ und 14 Prozent „in Einführung“ befindlicher Lösungen deutlich vor den KMU (11,2 Prozent und 5,2 Prozent). Letztere planen deutlich häufiger aktuell noch „keinen Einsatz“ (19,4 Prozent) als die Großunternehmen (9,7 Prozent).

Umweltbezogene anbieterspezifische Informationen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=225)	21,8%	43,6%	17,3%	9,3%	8,0%
Industrie (n=139)	18,7%	44,6%	18,0%	10,8%	7,9%
Dienstleistung (n=53)	17,0%	39,6%	20,8%	11,3%	11,3%
GU / Konzerne (n=92)	16,3%	35,9%	19,6%	16,3%	12,0%
KMU (n=133)	25,6%	48,9%	15,8%	4,5%	5,3%



In Bezug auf umweltbezogene Informationen zu den Lieferanten geben 8 Prozent an, entsprechende Systeme auf der Basis fortgeschrittener digitaler Technologien „bereits im Einsatz“ zu haben und 9,3 Prozent sind in der „Einführungsphase“. 17,3 Prozent haben die „Einführung konkret geplant“, 43,6 Prozent lediglich „Ideen“ hierfür entwickelt. Mehr als ein Fünftel (21,8 Prozent) planen aktuell „keinen Einsatz“.

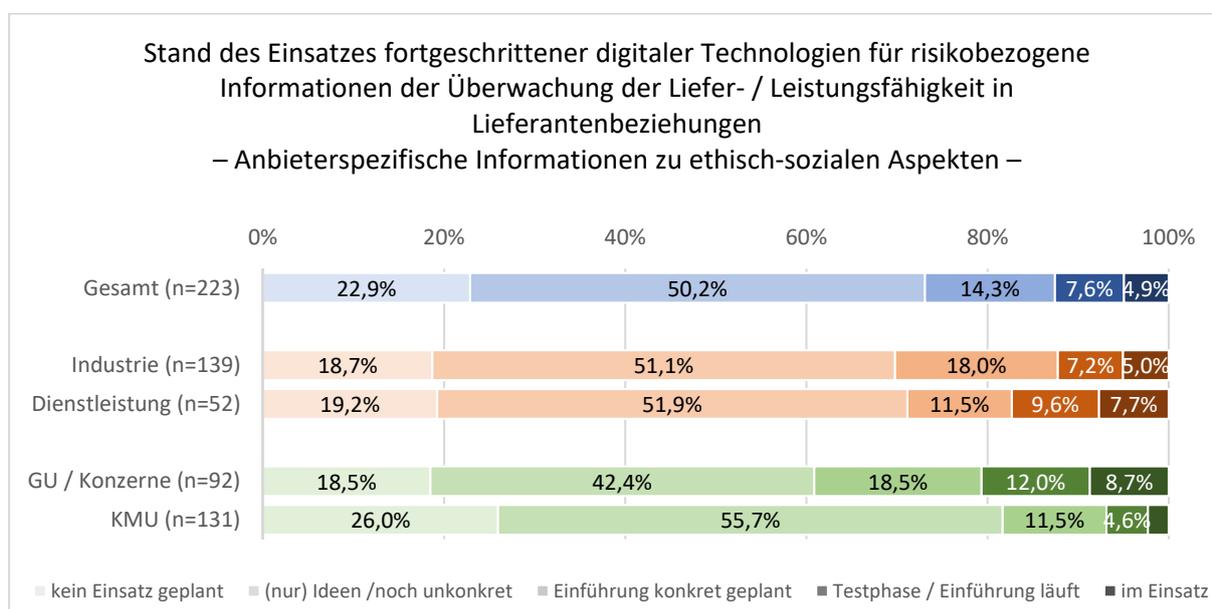
Die Dienstleister sind auf Basis der angegebenen Einschätzungen der Antwortenden gegenüber der Industrie etwas voraus. So geben 11,3 Prozent an, entsprechende Anwendungen „bereits zu nutzen“ (Industrie 7,9 Prozent) und 11,3 Prozent (Industrie 10,8 Prozent) sind in der „Einführungsphase“. Auch haben mit 20,8 Prozent mehr Dienstleister „bereits konkrete Pläne“ als Industrieunternehmen (18 Prozent) und mit 17 Prozent planen weniger Dienstleister aktuell „keine Nutzung“ als die Industrie (18,7 Prozent). Insgesamt kann für beide Sektoren ein deutlicher Nachholbedarf bei den Nutzungsquoten konstatiert werden.

Erneut liegen GU / Konzerne deutlich vor den KMU. 12 Prozent „nutzen bereits“ solche Systeme (KMU 5,3 Prozent) und 16,3 Prozent sind in der „Einführungsphase“ (KMU 4,5 Prozent). Auch hinsichtlich des Vorliegens „konkreter Pläne“ weisen Großunternehmen mit 19,6 Prozent einen höheren Wert auf als

KMU (15,8 Prozent). Dies spiegelt sich zudem in einer deutlich geringer ausgeprägten Quote für den Sachverhalt, dass aktuell „kein Einsatz geplant“ ist, wider (16,3 Prozent gegenüber 25,6 Prozent). GU / Konzerne scheinen damit die Haupttreiber des Einsatzes von fortgeschrittenen digitalen Anwendungen mit Bezug zu umweltrelevanten Information über die Lieferanten zu sein, wobei auch hier noch großer Nachholbedarf besteht.

Anbieterspezifische Informationen zu ethisch-sozialen Aspekten

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=223)	22,9%	50,2%	14,3%	7,6%	4,9%
Industrie (n=139)	18,7%	51,1%	18,0%	7,2%	5,0%
Dienstleistung (n=52)	19,2%	51,9%	11,5%	9,6%	7,7%
GU / Konzerne (n=92)	18,5%	42,4%	18,5%	12,0%	8,7%
KMU (n=131)	26,0%	55,7%	11,5%	4,6%	2,3%



Bei den Anwendungen für ethisch-soziale Informationen über Lieferanten ist geringerer Fortschritt der Unternehmen bei dessen Nutzung festzustellen. Nur knapp 5 Prozent geben an, solche Systeme „bereits zu nutzen“ und 7,6 Prozent seien in der „Einführungsphase“. 14,3 Prozent verfügen über „konkretere Pläne“, 22,9 Prozent planen aktuell „keinen Einsatz“. Die Hälfte sind in der „Ideenphase“.

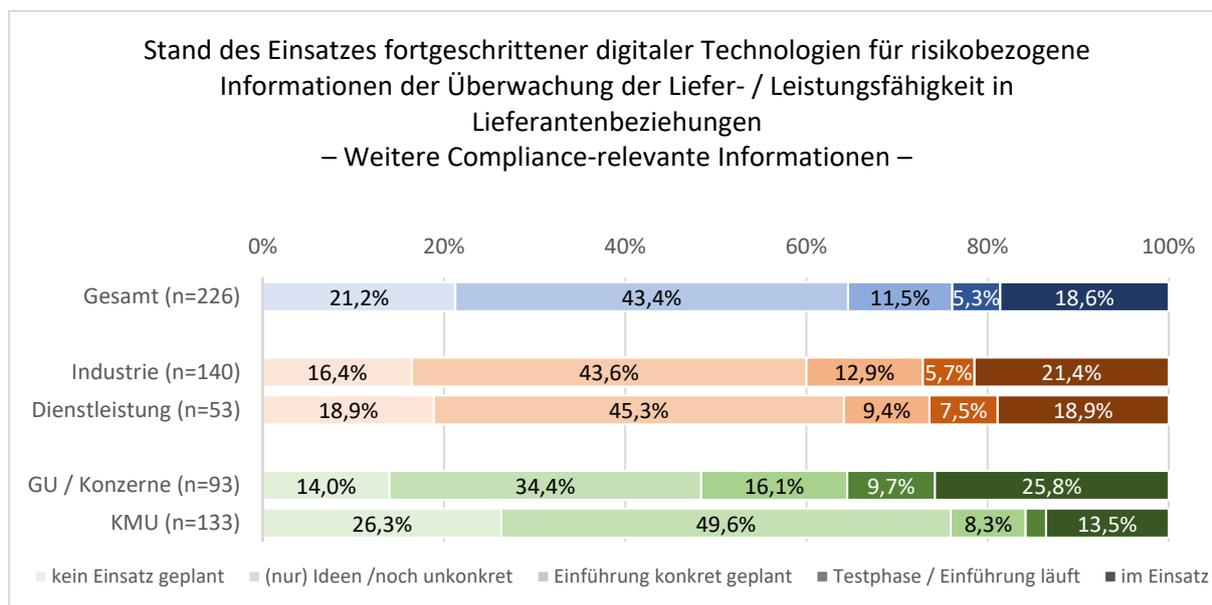
Die Unterschiede zwischen Industrie und Dienstleistern finden sich primär in den „bereits eingeführten“ und „in Einführung“ befindlichen Lösungen. Für erstere geben Industrieunternehmen zu 5 Prozent an, solche Systeme „bereits zu nutzen“ (Dienstleister 7,7 Prozent) und zu 7,2 Prozent, dass diese „in Einführung“ seien (Dienstleister 9,6 Prozent). Dementsprechend sind mehr Industrieunternehmen in der „konkreten Planung“ (18 Prozent gegenüber 11,5 Prozent).

Wiederum sind GU / Konzerne gegenüber den KMU deutlich fortgeschrittener. So geben 8,7 Prozent (KMU 2,3 Prozent) an, solche Anwendungen „bereits zu nutzen“ und 12 Prozent (KMU 4,6 Prozent) sind in der „Einführungsphase“. Auch liegen mit 18,5 Prozent (KMU 11,5 Prozent) klar häufiger „konkrete Einführungspläne“ vor. Aktuell „keine Einführung“ planen mit 18,5 Prozent auch deutlich weniger GU/ Konzerne als KMU (26 Prozent).

Da sowohl in der Industrie als auch bei Dienstleistern jeweils knapp die Hälfte „erste Ideen“ generieren, dürfte die weitere Entwicklung von beiden Sektoren ähnlich stark getrieben werden. Dabei sind natürlich die absoluten Größen der Sektoren zu beachten. Großunternehmen werden schneller voranschreiten als KMU, die zwar zeitlich verzögert nachziehen dürften, aber unter Umständen nicht im gleichen Ausmaß.

Weitere Compliance-relevante Informationen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=226)	21,2%	43,4%	11,5%	5,3%	18,6%
Industrie (n=140)	16,4%	43,6%	12,9%	5,7%	21,4%
Dienstleistung (n=53)	18,9%	45,3%	9,4%	7,5%	18,9%
GU / Konzerne (n=93)	14,0%	34,4%	16,1%	9,7%	25,8%
KMU (n=133)	26,3%	49,6%	8,3%	2,3%	13,5%



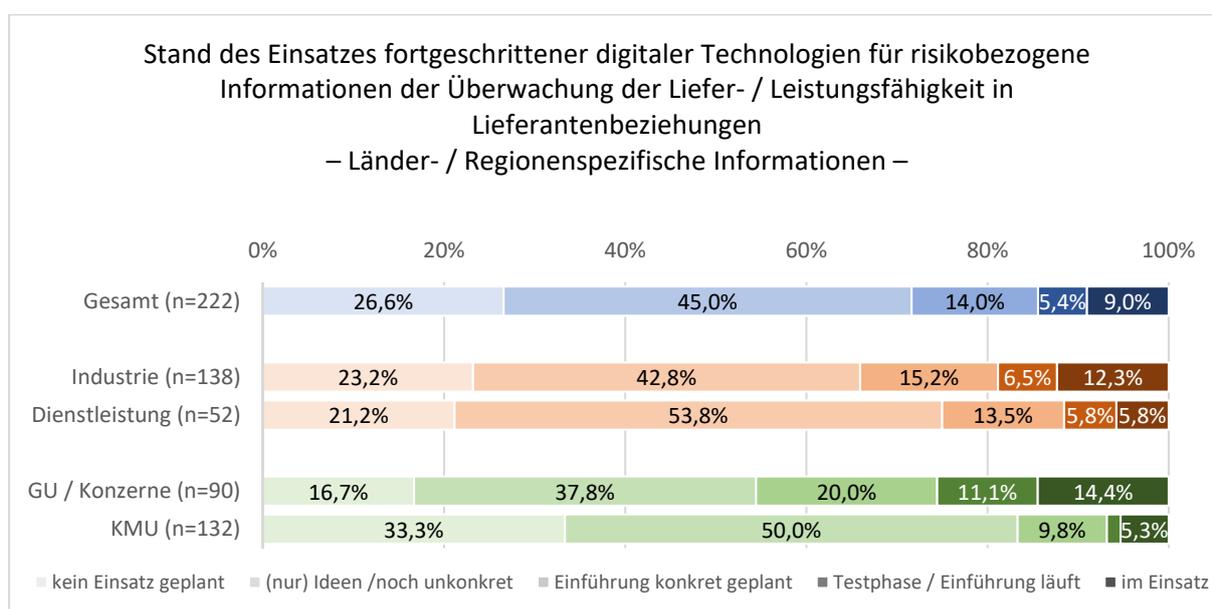
18,6 Prozent der Antwortenden geben an, bereits fortgeschrittene digitale Lösungen für Compliance-relevante Informationen bei der Überwachung der Liefer- und Leistungsfähigkeit ihrer Lieferanten zu „nutzen“ und 5,3 Prozent, dass sie sich in der „Einführungsphase“ befinden. Weitere 11,5 Prozent hätten die „Einführung konkret geplant“. Damit sind summarisch 35,4 Prozent relativ weit fortgeschritten. Allerdings sehen 21,2 Prozent aktuell noch „keine Nutzung“ vor, so dass die grundsätzlich positive Sichtweise der Nutzung entsprechender Systeme auf knapp 80 Prozent angesetzt werden kann.

In der Industrie sind mit 21,4 Prozent etwas mehr Anwendungen bereits „im Einsatz“ als bei den Dienstleistern mit 18,9 Prozent. Letztere befinden sich jedoch häufiger in der „Einführungsphase“ (7,5 Prozent) als Industrieunternehmen (5,7 Prozent). Bei den „konkreteren Plänen“ liegt wiederum die Industrie leicht um 3,5 Prozentpunkte vorn. Hinsichtlich einer aktuell noch „nicht geplanten Nutzung“ geben 16,4 Prozent der Industrieunternehmen und leicht mehr der Dienstleister (18,9 Prozent) an, dies so zu sehen.

Einen klaren Vorsprung hinsichtlich des Einsatzes und Planens weisen die Großunternehmen gegenüber den KMU auf. 25,8 Prozent haben hier bereits eine Lösung „im Einsatz“ (KMU 13,5 Prozent) und 9,7 Prozent sind in der „Einführungsphase“ (KMU 2,3 Prozent). „Konkret planen“ dies 16,1 Prozent GU / Konzerne und 8,3 Prozent der KMU. Summarisch liegen damit die größeren Unternehmen mit 51,6 Prozent bei mehr als dem Doppelten als KMU (24,1 Prozent). Dies gilt umgekehrt ähnlich für die, die aktuell „keinen Einsatz“ planen.

Länder- / Regionenspezifische Informationen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=222)	26,6%	45,0%	14,0%	5,4%	9,0%
Industrie (n=138)	23,2%	42,8%	15,2%	6,5%	12,3%
Dienstleistung (n=52)	21,2%	53,8%	13,5%	5,8%	5,8%
GU / Konzerne (n=90)	16,7%	37,8%	20,0%	11,1%	14,4%
KMU (n=132)	33,3%	50,0%	9,8%	1,5%	5,3%

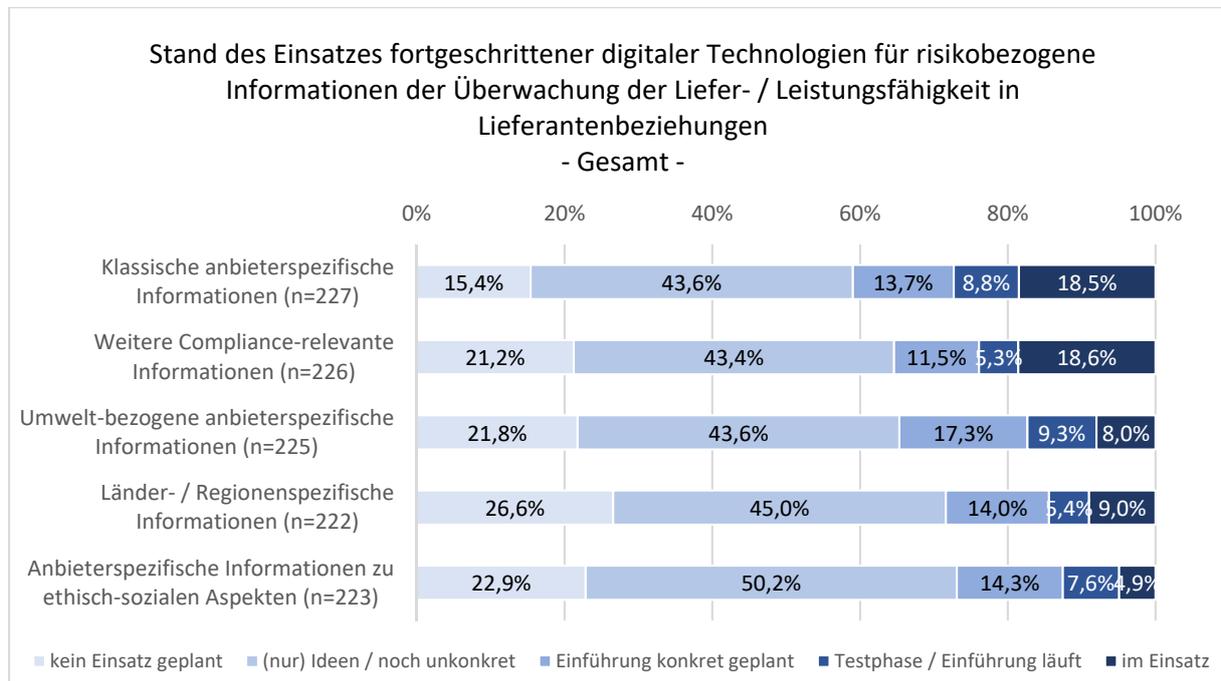


Hinsichtlich länder- und regionenspezifischer Informationen geben 9 Prozent an, eine fortgeschrittene digitale Lösung „bereits zu nutzen“ und 5,4 Prozent, dass sie sich in der „Einführungsphase“ befänden. Weitere 14 Prozent hätten „konkrete Einführungspläne“, 45 Prozent sind diesbezüglich „noch unkonkret“. Immerhin 26,6 Prozent sehen für solche Hilfsmittel aktuell „keinen Bedarf“.

Die Industrie kann hier als etwas fortgeschrittener gegenüber den Dienstleistern angesehen werden. Im Vergleich liegen diese bei 12,3 Prozent gegenüber 5,8 Prozent beim aktuell gegebenen „Einsatz“, 6,5 Prozent zu 5,8 Prozent in Bezug auf die „Einführungsphase“ und 15,2 Prozent zu 13,5 Prozent hinsichtlich „konkreter Einführungspläne“. Da die Quoten für eine aktuell „nicht geplante Nutzung“ mit 23,2 Prozent in der Industrie und 21,2 Prozent bei den Dienstleistern nur wenig abweichen, haben dementsprechend deutlich mehr Dienstleister als Industrieunternehmen aktuell „nur unkonkrete Ideen“ (53,8 Prozent versus 42,8 Prozent).

Großunternehmen sind gegenüber KMU deutlicher fortgeschrittener. Im Vergleich liegen alle Werte deutlich über denen der KMU und für die aktuell „nicht geplante Nutzung“ fällt dieser Wert klar geringer aus (16,7 Prozent zu 33,3 Prozent). Summarisch nutzen ein Viertel der GU / Konzerne entsprechende Systeme bzw. befinden sich in der „Einführungsphase“. Dieser Wert liegt für die KMU bei 6,8 Prozent. KMU dürften daher in diesem Bereich erst mit deutlicher zeitlicher Verzögerung die „Nutzung“ entsprechender Lösungen aufnehmen.

Gesamtüberblick zum Stand des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Lösungen für Risikoinformationen zu aktiven Lieferanten



Im Vergleich ist die „Nutzung“ von Systemen für klassische anbieterspezifische und (weitere) Compliance-bezogene Informationen am weitesten fortgeschritten. Anwendungen für umweltbezogenen Informationen über Lieferanten dürften allerdings alsbald nachziehen. Dies gilt mit ein wenig Verzögerung auch für die beiden weiteren Kategorien der länder- / regionenspezifischen sowie der ethisch-sozialen Informationen.

Aktuell „planen“ zwischen 15,4 Prozent (klassische anbieterspezifische Informationen) und 26,6 Prozent (länder- / regionenspezifische Informationen) „keinen Einsatz“ entsprechender Lösungen. Damit würden im Schnitt gut drei Viertel aller Antwortenden in den nächsten Jahren fortgeschrittene digitale Lösungen für die jeweiligen Anwendungsfelder einsetzen, was eine hohe Quote darstellt und ein starkes Wachstum der Branche der Lösungsanbieter wahrscheinlich werden lässt.

c) Vertragsverhandlungen

Vertragsverhandlungen sind eines der traditionellen Kerngebiete einkäuferischer Tätigkeit. Sie stellen auch eine seitens der Einkäufer*innen individuell wahrgenommene Kernkompetenz dar, die mit starkem persönlichen Einsatz verbunden wird. Insofern dürften Anwendungen, die zumindest eine teilweise Automatisierung von Aktivitäten in diesem Zusammenhang verfolgen, zunächst einen schweren Stand hinsichtlich der Akzeptanz in der Zielgruppe haben. Es ist allerdings darauf zu verweisen, dass in nicht wenigen Unternehmen sehr erfolgreich elektronische Auktionen bei Einkaufsverhandlungen eingesetzt wurden und werden. Nicht selten gab es hier initial ähnliche Akzeptanzprobleme und die Durchführung von E-Auctions musste teilweise von der Führungsebene „angeordnet“ werden, um Widerstände zu durchbrechen. Die vielen resultierenden Erfolge haben nachfolgend viele Einkäufer*innen zu regelmäßigen Nutzern solcher Verhandlungsformen gemacht.

Teil- und komplett automatisierte Verhandlungen im Einkauf gehen aber viel weiter als nur der Einsatz von E-Auctions bzw. sind letztere – in welchen konkreten Ausprägungen auch immer – zwar grundsätzlich eine Option für Verhandlungen, jedoch sind andere Verhandlungsformen situationsspezifisch häufig erfolgversprechender oder zumindest aufwandsärmer durchzuführen. Es kommt also darauf an, für jede Verhandlungssituation in Abhängigkeit von einer Vielzahl von Stellgrößen wie Produkttyp, Marktsituation, konkrete Anbieter und deren Verkaufspolitik u. v. a. m. die bestmögliche Verhandlungsform zu identifizieren und durchzuführen.

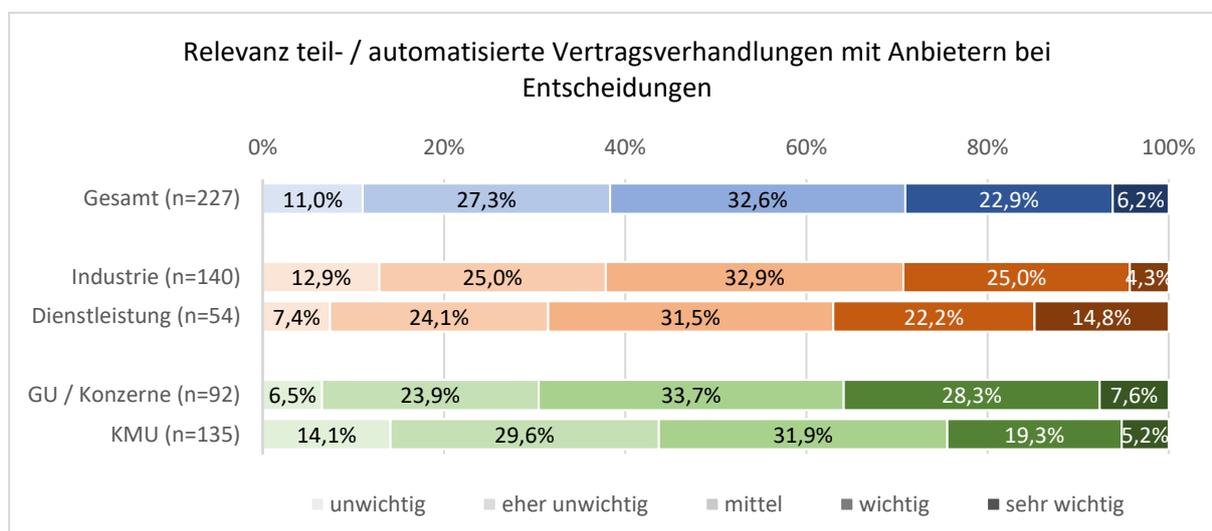
Die Bandbreite möglicher Verhandlungsformen ist groß und soll hier nicht thematisiert werden. Feststehen dürfte, dass selbst sehr kompetente Einkäufer*innen nicht immer alle Verhandlungsformen perfekt beherrschen dürften. Noch schwerer wiegen dürfte jedoch die Situation, dass es in der Regel allein aus Zeitgründen nicht möglich sein dürfte, für jedes Material und jede Markt- / Anbietersituation die bestmögliche Verhandlungsform zu finden und umzusetzen. Vor dem Hintergrund von oft Tausenden von zu beschaffenden Materialien und ebenfalls einer sehr hohen Zahl möglicher Verhandlungspartner erfolgt sinnvollerweise eine Konzentration auf „wesentliche“ Güter, beispielsweise solche mit hohem Beschaffungsvolumen, erheblichem Kostensenkungspotenzial oder großem Versorgungsrisiko. Damit fallen nicht selten viele zu beschaffende Güter durch das Raster. Zumindest für diese Güter können teil- / automatisierte Systeme bei der Vorbereitung und bei Bedarf auch bei der Durchführung von Verhandlungen große Mehrwerte für das Unternehmen erzeugen.

In der Wissenschaft wurden bereits vor mehreren Jahren Ansätze für Verhandlungen zwischen autonomen Agenten und nachfolgend Recommendation Algorithmen sowie Negotiation Engines u. ä. entwickelt. Die bisherige Nutzung beschränkte sich jedoch auf Prototypen und es gab eher wenige Praxisbeispiele.

Wir haben daher gefragt, inwieweit das Interesse an solchen Lösungen bereits ausgeprägt ist und wie der „aktuelle Nutzungsstand“ bzw. die „Planungen zur Einführung“ solcher Anwendungen aussehen.

(9) Wie wichtig sind für Sie in näherer Zukunft teil- / automatisierte Vertragsverhandlungen (Verhandlungsagenten, Recommendation / Negotiation Engines etc.) mit Anbietern bei Ihren Entscheidungen?

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=227)	11,0%	27,3%	32,6%	22,9%	6,2%
Industrie (n=140)	12,9%	25,0%	32,9%	25,0%	4,3%
Dienstleistung (n=54)	7,4%	24,1%	31,5%	22,2%	14,8%
GU / Konzerne (n=92)	6,5%	23,9%	33,7%	28,3%	7,6%
KMU (n=135)	14,1%	29,6%	31,9%	19,3%	5,2%



Mit „sehr wichtig“ beantworten lediglich 6,2 Prozent die Frage nach teil- / automatisierten Vertragsverhandlungen, allerdings halten dies 22,9 Prozent für „wichtig“. Ein knappes Drittel gibt eine „mittlere Wichtigkeit“ an, rund ein Zehntel halten dies für „unwichtig“ und mehr als ein Viertel für „eher unwichtig“. Die negativen Bewertungen überwiegen damit summarisch klar die positiven (38,3 Prozent zu 29,1 Prozent).

Bei den Industrieunternehmen ist die Einschätzung weniger positiv als bei den Dienstleistern. Erstere sehen das Thema nur zu 4,3 Prozent als „sehr wichtig“ und ein Viertel als „wichtig“ an. Bei den Dienstleistern sind dies knapp 15 Prozent bzw. 22,2 Prozent, in Summe mithin 37 Prozent gegenüber unter 30 Prozent in der Industrie. Auch planen mit knapp 13 Prozent mehr Industrieunternehmen aktuell „keinen Einsatz“ solcher Tools als Dienstleister (7,4 Prozent).

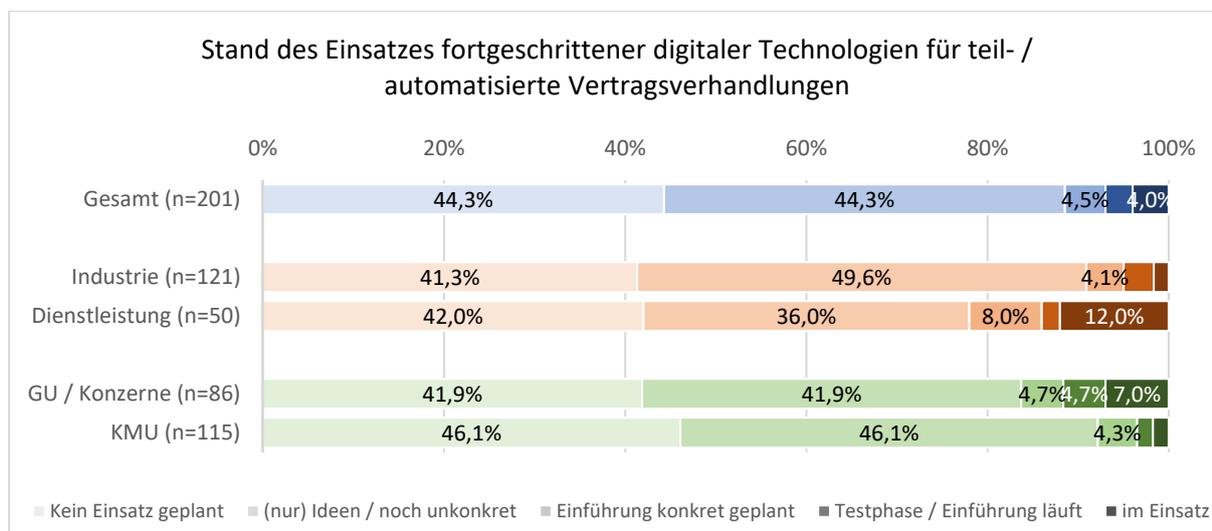
Größere Unternehmen sind vergleichsweise ähnlich positiver aufgestellt als KMU. So halten 7,6 Prozent solche Lösungen für „sehr wichtig“ und 28,3 Prozent für „wichtig“, summarisch also über 35 Prozent. Aber auch KMU kommen hier zusammen auf knapp ein Viertel. Während GU / Konzernen die summarische Bewertung mit „unwichtig“ und „eher unwichtig“ mit rund 30 Prozent etwas unter den

positiven Bewertungen liegt, übertrifft die zusammengefasste negative Bewertung bei den KMU die positiven (43,7 Prozent zu 24,5 Prozent).

Insgesamt gesehen dürfte also noch einige Überzeugungsarbeit durch den weiteren erfolgreichen Einsatz entsprechender Systeme zu leisten sein. erinnert sei hier nochmals an die ebenfalls initiale Skepsis seitens der Anwender bei E-Auctions. Best Practice-Beispiele sind in diesem Bereich sicherlich sehr sinnvoll, um weitere Überzeugungsarbeit zu leisten und das Potenzial dieser Anwendungen besser und breiter verständlich zu machen.

(10) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Technologien (Verhandlungsagenten, Recommendation / Negotiation Engines etc.) für teil- / automatisierte Vertragsverhandlungen?

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=201)	44,3%	44,3%	4,5%	3,0%	4,0%
Industrie (n=121)	41,3%	49,6%	4,1%	3,3%	1,7%
Dienstleistung (n=50)	42,0%	36,0%	8,0%	2,0%	12,0%
GU / Konzerne (n=86)	41,9%	41,9%	4,7%	4,7%	7,0%
KMU (n=115)	46,1%	46,1%	4,3%	1,7%	1,7%



Angesichts der nicht sehr hohen Bewertungen in Bezug auf die empfundene Wichtigkeit des Einsatzes fortgeschrittener digitaler Technologien bei Vertragsverhandlungen verwundert es wenig, dass die aktuellen Nutzungsquoten sehr gering sind. Lediglich 4 Prozent geben an, solche Systeme „bereits zu nutzen“ und nur 3 Prozent sind in der „Einführungsphase“. Auch haben nur 4,5 Prozent die „Einführung bereits konkret geplant“. Allerdings beschäftigen sich 44,3 Prozent mit diesem Thema und derselbe Anteil Antwortender plant aktuell „keinen Einsatz“. Insofern scheinen mit knapp 56 Prozent doch klar mehr als die Hälfte einen Einsatz zumindest zu erwägen.

Dienstleister sind in diesem Bereich fortgeschrittener als die Industrie. Erstere geben zu 12 Prozent an, solche Lösungen „bereits zu nutzen“. Mit den in „Einführung“ befindlichen und „konkret geplanten Systemen“ sind bereits 22 Prozent recht fortgeschritten. In der Industrie liegt dieser summarische Wert knapp unter 10 Prozent und damit bei weniger als der Hälfte, so dass letztere offenbar deutlich zurückhaltender bei der Adaption dieser neuen Technologien sind.

In ähnlicher Weise weisen GU / Konzerne einen deutlichen Vorsprung gegenüber KMU auf. Bei Ersteren befinden sich bereits in 7 Prozent der Fälle entsprechende Lösungen „im Einsatz“, jeweils knapp 5 Prozent sind in der „Einführung“ oder haben diese „konkret geplant“. Bei den KMU sind dies für „Einsatz“ und „Einführung“ jeweils nur 1,7 Prozent und für „konkrete Pläne“ 4,3 Prozent. Hier geben allerdings 46,1 Prozent an, sich mit dem Thema zu befassen gegenüber 41,9 Prozent bei den GU / Konzernen. Dies kann als zeitlicher Vorsprung der größeren Unternehmen interpretiert werden, zumal „keinen Einsatz“ aktuell knapp 42 Prozent der GU / Konzerne und 46,1 Prozent der KMU vorsehen. Sieht man dies insgesamt, so kann konstatiert werden, dass in beiden Unternehmensgrößenklassen die Sicht einer zukünftigen Nutzung überwiegt.

C. Beschaffungsprozesse, bei denen direkt auf von Dienstleistern betriebenen Internet-Plattformen aus einer Vielzahl von Anbietern ausgewählt / bestellt werden kann

a) Plattformnutzung

Internet-Plattformen haben in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung genommen. Parker, Alstyne und Choudary veröffentlichten im Jahre 2016 ihr Buch „Platform Revolution“⁵, dessen Titel für sich spricht. Im Untertitel wird auf die Vernetzung der Märkte, die die Wirtschaft transformieren, abgestellt. Hier geht es mithin um mehr als um ein weiteres Tool, das Prozesse effizienter machen soll, sondern um grundlegende Veränderungen in der Art und Weise wie Wirtschaft funktioniert. Schaut man auf die zahlreichen Beispiele im Business-to-Consumer- (B2C-) Bereich, so wird schnell deutlich, was gemeint ist. Waren aller Art werden über Plattformen bestellt und direkt ausgeliefert, wohingegen klassische Ladengeschäfte um die Existenz ringen. Buchungsplattformen für Flüge machen Reisebüros in weiten Bereichen obsolet, Unterkünfte werden ebenso gebucht. Die Betreiber der Plattformen haben kaum Investitionen und machen mehr Geschäft als beispielsweise Hotelketten, die Milliarden investieren. Entsprechende Entwicklungen sind in nahezu allen Bereichen, so auch im Finanzsektor, zu beobachten. Insofern scheint also zumindest in einigen Bereichen eine Transformation mit revolutionärem Charakter stattzufinden.

Im Business-to-Business- (B2B-) Bereich zeichnen sich ähnliche Entwicklungen ab. Dabei ist zu beachten, dass die erste Welle Elektronischer Marktplätze, die teilweise ähnliche Ideen verfolgten wie die heutigen Plattformen, im Platzen der Dot.com-Blase endete und nur einige dieser Marktplätze überlebten. Einige Unternehmen hat dies viel Geld gekostet und diese – teilweise absehbare – Katastrophe hat viel Vertrauen in elektronische Märkte zerstört. Insofern ist eine gewisse Zurückhaltung hinsichtlich der Akzeptanz der neuen B2B-Plattformen auf Seiten der Unternehmen zu erwarten.

Naheliegender dürfte die Adaption erfolgreicher B2C-Plattformen für den B2B-Bereich sein. Hier wurden auch in der jüngeren Vergangenheit entsprechende Lösungen auf den Markt gebracht. Insofern ist der Bereich der hochstandardisierten Güter ein wichtiger Untersuchungsgegenstand. Angesichts des anwenderseitigen Bedarfs an unterschiedlichen Konfigurationen von Artikeln unter Verwendung von Standardkomponenten haben wir auch diesen Bereich aufgenommen. Von den diversen weiteren Güterkategorien, die für Plattformlösungen infrage kommen, haben wir uns auf kundenspezifische Zeichnungsteile sowie Stahl konzentriert. Ersteres weil hier bereits einige Plattformen existieren und letzteres wegen der hohen Bedeutung dieses Materials in der Industrie und der seit geraumer Zeit stattfindenden Diskussion zur Einführung entsprechender Plattformen.

Anzumerken ist, dass die Differenzierung der Begriffe Elektronischer Marktplatz und Internet-Plattform in der Praxis nicht scharf ist. Es fragt sich auch, wie sinnvoll eine solche Differenzierung im Einzelfall ist. Klar ist, dass einzelne Elektronische Produktkataloge allein noch keinen Elektronischen Marktplatz ergeben. Wichtig ist, dass viele Interessenten auf diese über einen solchen Marktplatz im Internet zugreifen können. Dies kann sowohl frei als auch beschränkt zugänglich für die Nutzer gestaltet sein. Öffentliche Marktplätze sind vor allem aus dem B2C-Bereich bekannt, aber es existieren auch öffentliche B2B-Marktplätze. Die Abgrenzung zur Internet-Plattform, auf der Güter und / oder Dienstleistungen gehandelt werden, kann vor allem darin gesehen werden, dass je nach Ausgestaltung hier konzeptionell jede Art von Handel stattfinden kann. Insofern ist Plattform der Oberbegriff, der Marktplätze beinhaltet, aber auch Börsen – beispielsweise für Rohstoffe, Energie oder Aktien – oder Buchungssysteme für Reisen, Flüge, Übernachtungen etc. Häufig werden zudem die Informationen zu Anbietern

⁵ Vgl. Parker, G.G./Van Alstyne, M.W./Choudary, S.P. (2016): Platform Revolution, W.W. Norton & Company, New York/London.

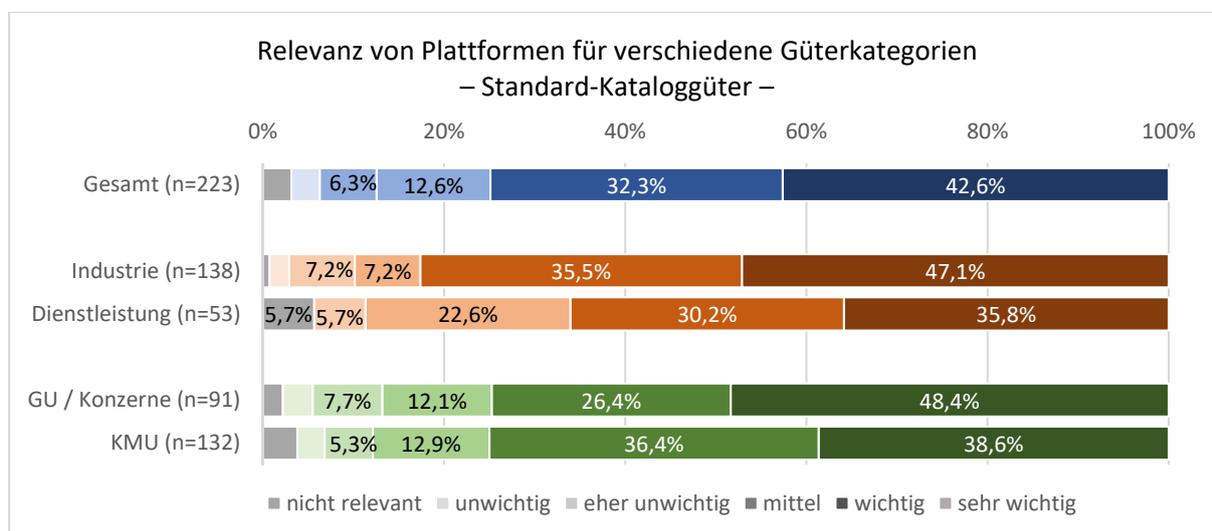
und teilweise zu den Käufern angereichert um weitere im Internet verfügbare Daten sowie mit Bewertungen seitens der Plattformnutzer. Dies kann, muss aber nicht in der jeweiligen Anwendung gegeben sein. Insbesondere im B2B-Bereich herrschen hier zumeist andere Regeln und Erwartungshaltungen seitens der Nutzer.

Bei den nachfolgend angegebenen Prozentzahlen ist zu berücksichtigen, dass diese auf die Gruppe aller Antwortender bezogen sind. Somit sind diejenigen, die „nicht relevant“ für die jeweilige Güterkategorie angegeben haben, enthalten. Bezieht man die Auswertungen nur auf die, die die jeweilige Fragestellung für sich als relevant erachten, ergeben sich in den fünf Bewertungen dementsprechend jeweils höhere Werte. Dies ist hier insbesondere für solche Güter bzw. Dienstleistungen von Bedeutung, bei denen die Nichtrelevanz einen hohen Prozentsatz ausmacht.

(11) Wie wichtig sind für Sie in näherer Zukunft solche Plattformen für die genannten Güterkategorien?

Standard-Kataloggüter

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	3,1%	3,1%	6,3%	12,6%	32,3%	42,6%
Industrie (n=138)	0,7%	2,2%	7,2%	7,2%	35,5%	47,1%
Dienstleistung (n=53)	5,7%	0,0%	5,7%	22,6%	30,2%	35,8%
GU / Konzerne (n=91)	2,2%	3,3%	7,7%	12,1%	26,4%	48,4%
KMU (n=132)	3,8%	3,0%	5,3%	12,9%	36,4%	38,6%



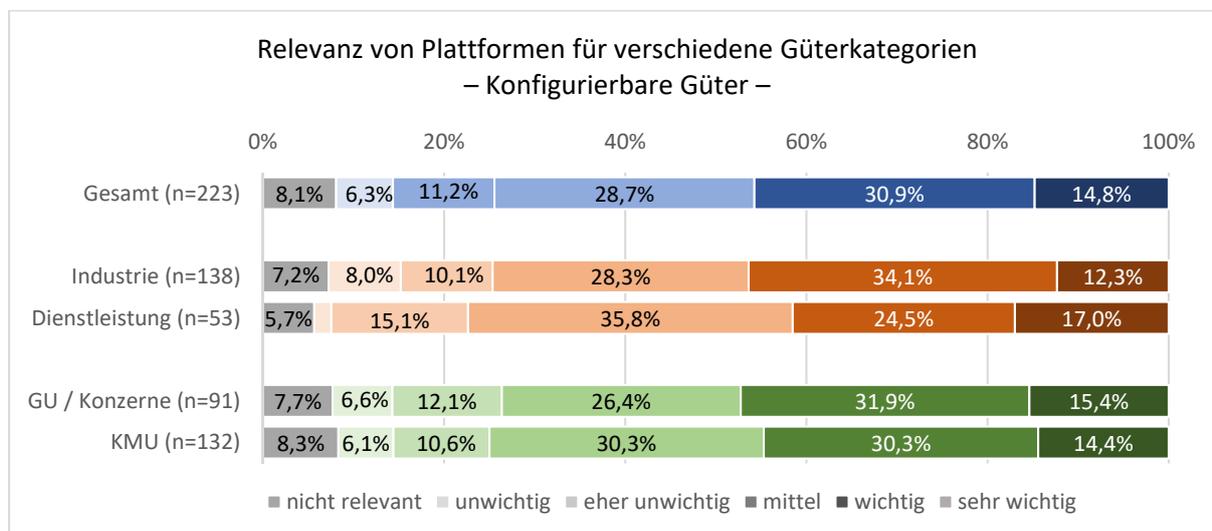
Plattformen, auf denen Standard-Kataloggüter gehandelt werden, werden zu 42,6 Prozent als „sehr wichtig“ und zu 32,3 Prozent als „wichtig“ bewertet. Dies sind summarisch rund drei Viertel aller Antwortenden. 9,4 Prozent ordnen diese als „unwichtig“ oder „eher unwichtig“ ein.

Die Bedeutung derartiger Plattformen wird von der Industrie summarisch zu gut 80 Prozent mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“ bewertet und mit 9,4 Prozent als „unwichtig“ oder „eher unwichtig“. Damit ist auch die Bewertung im „mittleren Bereich“ eher gering, so dass von einer insgesamt sehr hohen Zustimmung auszugehen ist. Bei den Dienstleistern liegen die Wichtigkeitsbekundungen summarisch bei „nur“ zwei Dritteln, wohingegen die Unwichtigkeitsbewertungen summarisch mit 5,7 Prozent noch geringer ausgeprägt sind als in der Industrie. Dementsprechend sind die Bewertungen mit 22,6 Prozent für „mittel“ relativ hoch. Die Industrie ist hier also klar vorn, wobei auch die Wichtigkeit für die Dienstleister insgesamt recht hoch ist.

Großunternehmen und KMU weisen nahezu identische summarische Werte für die Bewertungen mit „sehr wichtig“ und „wichtig“ auf. Dabei geben nicht ganz die Hälfte der GU / Konzerne „sehr wichtig“ an, wohingegen dies bei den KMU weniger als 40 Prozent tun. Die Unwichtigkeitsbewertungen sind bei den GU / Konzernen etwas höher als bei den KMU, was sich nur unter Betrachtung der Einzelfälle erklären ließe.

Konfigurierbare Güter (unter Kombination von Standardkomponenten)

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	8,1%	6,3%	11,2%	28,7%	30,9%	14,8%
Industrie (n=138)	7,2%	8,0%	10,1%	28,3%	34,1%	12,3%
Dienstleistung (n=53)	5,7%	1,9%	15,1%	35,8%	24,5%	17,0%
GU / Konzerne (n=91)	7,7%	6,6%	12,1%	26,4%	31,9%	15,4%
KMU (n=132)	8,3%	6,1%	10,6%	30,3%	30,3%	14,4%



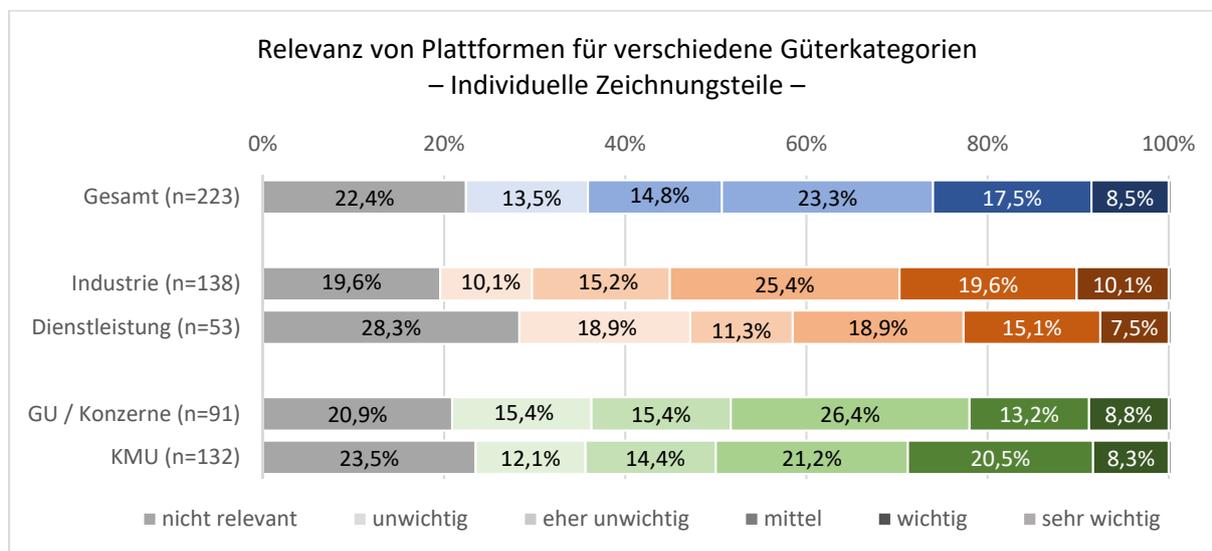
Angesichts von knapp 15 Prozent Bewertungen mit „sehr wichtig“ und weiteren gut 30 Prozent mit „wichtig“, ergeben sich über 45 Prozent positive Bewertungen für aus Standardkomponenten konfigurierbare Güter. Allerdings halten solche Plattformen summarisch 17,5 Prozent für „unwichtig“ oder „weniger wichtig“. 8,1 % schätzen Plattformen hier als „nicht relevant“ ein. Damit kann von einer prinzipiell gewünschten, aber nicht seitens der potenziellen Nutzer durchgehend als essentiell angesehenen Anwendung ausgegangen werden.

Zwar liegen die Dienstleister bei der Bewertung mit „sehr wichtig“ (17 Prozent) vor der Industrie (12,3 Prozent), allerdings bewerten letztere häufiger mit „wichtig“ (34,1 Prozent gegenüber 24,5 Prozent), so das sich summarisch ein Vorsprung bei den positiven Bewertungen für die Industrie in Höhe von rund 5 Prozentpunkten ergibt. Dienstleister weisen dafür einen etwas geringeren Wert bei der Bekundung einer für das Unternehmen wahrgenommenen Unwichtigkeit bzw. Irrelevanz solcher Lösungen auf als die Industrie (22,7 % zu 25,3 %).

Zwischen Großunternehmen und KMU sind kaum relevante Unterschiede in den Bewertungen festzustellen. Damit sind diese Anwendungen offenbar recht unabhängig von der Unternehmensgröße von Bedeutung, was angesichts der in der Einführung als wenig aufwendig anzusehenden Lösungen und der gleichen prinzipiellen relativen Nutzenentfaltung für größere und kleinere Unternehmen auch sinnvoll erscheint.

Individuelle Zeichnungsteile

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	22,4%	13,5%	14,8%	23,3%	17,5%	8,5%
Industrie (n=138)	19,6%	10,1%	15,2%	25,4%	19,6%	10,1%
Dienstleistung (n=53)	28,3%	18,9%	11,3%	18,9%	15,1%	7,5%
GU / Konzerne (n=91)	20,9%	15,4%	15,4%	26,4%	13,2%	8,8%
KMU (n=132)	23,5%	12,1%	14,4%	21,2%	20,5%	8,3%



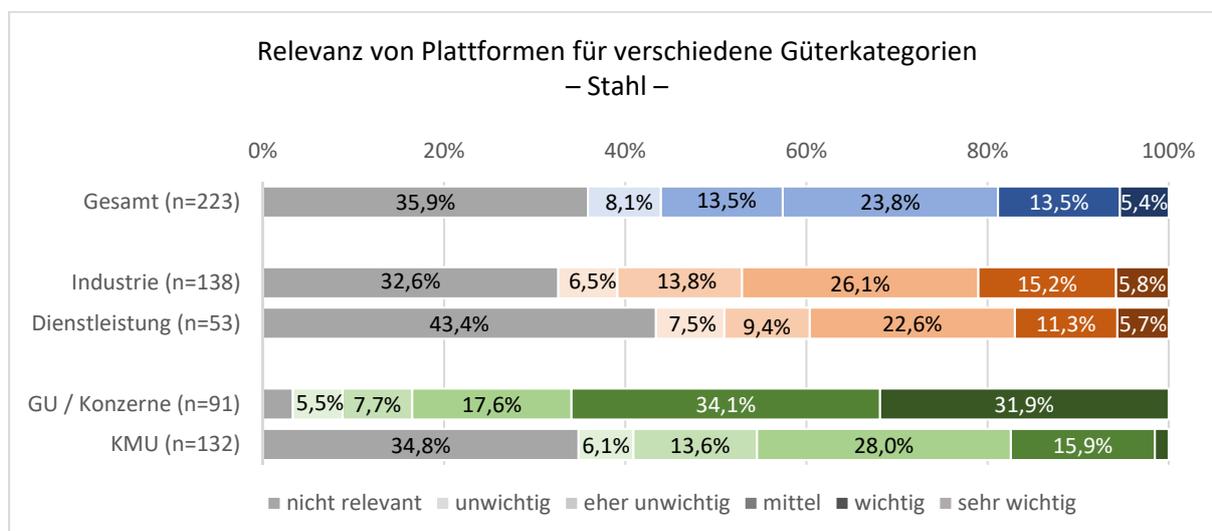
Lediglich 8,5 Prozent der Antwortenden gaben Bewertungen mit „sehr wichtig“ und weitere 17,5 Prozent mit „wichtig“ an, was summarisch gut ein Viertel positiver Einschätzungen für Plattformlösungen für kundenindividuelle Zeichnungsteile ergibt. 13,5 Prozent halten solche Plattformen für „unwichtig“ und knapp 15 Prozent für „weniger wichtig“. Damit kann von einer teilweise gewünschten Anwendung ausgegangen werden.

Die Dienstleister geben zu 7,5 Prozent „sehr wichtig“ und zu 15,1 Prozent „wichtig“ an. Die entsprechenden Werte liegen in der Industrie bei 10,1 Prozent und 19,6 Prozent, also wenig überraschend um rund 7 Prozentpunkte deutlich höher. Relativ deutlich ist auch der Unterschied hinsichtlich der Bewertungen im „unwichtigen“ Bereich mit summarisch einem guten Viertel bei der Industrie und rund 30 Prozent bei den Dienstleistern (inkl. „nicht relevant“ 44,9 % und 58,5 %).

Bei Großunternehmen und KMU sind die Bewertungen mit „sehr wichtig“ nahezu gleich, jedoch geben die KMU deutlich häufiger „wichtig“ an (20,5 Prozent gegenüber 13,2 Prozent). Größere Unternehmen geben auch etwas häufiger Bewertungen im Bereich „unwichtig“ und „eher unwichtig“ ab als KMU, so dass für letztere insgesamt eine höhere Bedeutung solcher Lösungen konstatiert werden kann.

Stahl

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	35,9%	8,1%	13,5%	23,8%	13,5%	5,4%
Industrie (n=138)	32,6%	6,5%	13,8%	26,1%	15,2%	5,8%
Dienstleistung (n=53)	43,4%	7,5%	9,4%	22,6%	11,3%	5,7%
GU / Konzerne (n=91)	3,3%	5,5%	7,7%	17,6%	34,1%	31,9%
KMU (n=132)	34,8%	6,1%	13,6%	28,0%	15,9%	1,5%

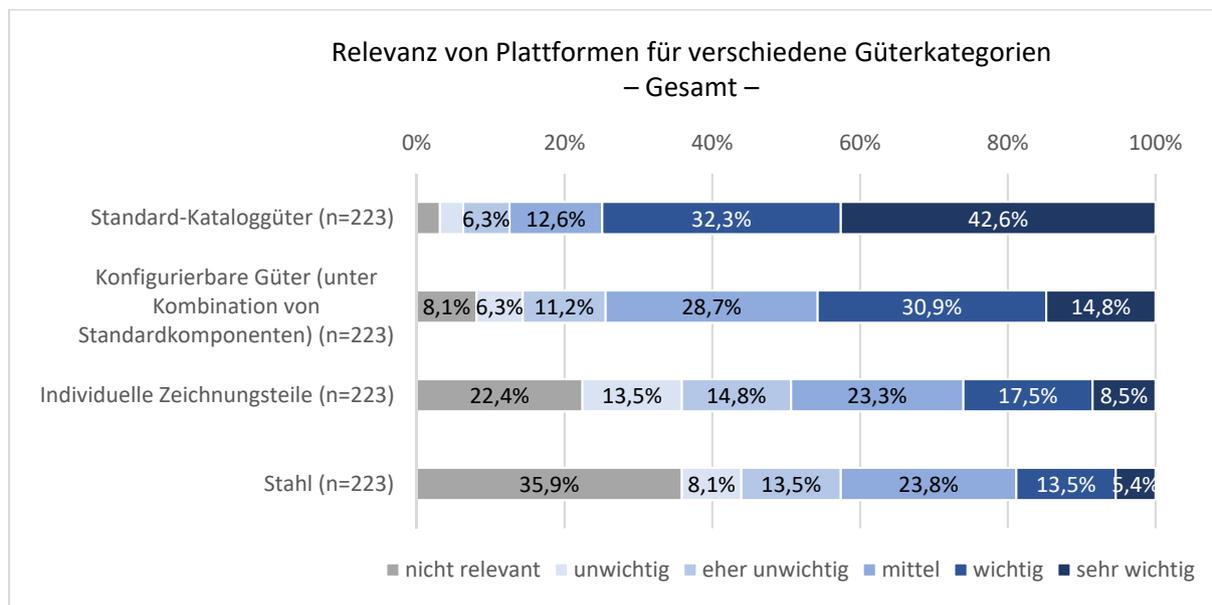


Nur 5,4 Prozent der Antwortenden hält Plattformen, auf denen Stahl gehandelt wird, für „sehr wichtig“ und weitere 13,5 Prozent für „wichtig“. Damit ordnen weniger als ein Fünftel diese mit einer positiven Bewertung ein, mehr als ein Fünftel bewerten diese dagegen als „unwichtig“ oder „eher unwichtig“. Für knapp 36 Prozent der Antwortenden sind solche Plattformen „nicht relevant“. Damit dürfte sich deren Einsatz auf eine spezielle Zielgruppe beschränken. Bezieht man die Werte auf die 64,1 Prozent, die eine Relevanzbewertung abgaben, resultieren zwar jeweils höhere Werte, aber die Relation der positiven zu den negativen Werten bleibt unverändert.

Die Industrie weist eine leicht höhere summarische Zustimmungsquote von 21 Prozent auf gegenüber den 17 Prozent bei den Dienstleistern. Im Bereich der Unwichtigkeit antworten knapp 17 Prozent der Dienstleister und gut ein Fünftel der Industrieunternehmen. Insbesondere für viele Dienstleister (43,4 Prozent) ist das Thema erwartungsgemäß „nicht relevant“; in der Industrie dagegen nur für rund jedes dritte Unternehmen.

KMU sehen zu nahezu 35 Prozent für sich keine Relevanz, wohingegen lediglich 3,3 Prozent der größeren Unternehmen dies konstatieren. Zudem sind die Werte der GU / Konzerne mit knapp 32 Prozent für „sehr wichtig“ und gut 34 Prozent für „wichtig“ vergleichsweise sehr hoch. Summarisch halten damit zwei Drittel der GU / Konzerne solche Plattformen für „wichtig“ gegenüber lediglich nur 17,4 Prozent bei den KMU. Zudem geben kaum größere Unternehmen an, dass solche Plattformen für sie irrelevant seien, was die Aussagekraft der Ergebnisse stark erhöht. Offenbar hat dies viel mit dem Beschaffungsvolumen von Stahl und der Struktur des Anbietermarkts zu tun, so dass KMU hier wenig, GU / Konzerne dagegen viel Potenzial sehen.

Gesamtüberblick zur Relevanz von Plattformen



Erwartungsgemäß werden heute (noch) Plattformen, auf denen Standard-Kataloggüter gehandelt werden am häufigsten als „sehr wichtig“ (42,6 Prozent) oder „wichtig“ (32,3 Prozent) bewertet. Dies sind summarisch rund drei Viertel aller Antwortenden. Dabei ist zu beachten, dass diese Bewertungen, die bereits existierenden Katalog-basierten elektronischen „Marktplätze“ beinhalten dürften. Trotzdem ist dieses Ergebnis aufschlussreich, denn es weist auf einen gewissen Technologiewechsel hin, nämlich weg von der Nutzung einzelner, gegebenenfalls individuell verhandelter Kataloge – unabhängig davon, ob dieses selbst gehostet werden, dies ein Dienstleister übernimmt oder die Kataloge beim Anbieter selbst vorgehalten werden – hin zur Nutzung von Plattformen, auf denen sich eine Anzahl mehr oder weniger frei nutzbarer „Standardkataloge“ befindet. Werden die Ergebnisse so interpretiert, würde das in der Tat einen gewissen Umbruch in diesem Bereich darstellen, wobei es sicherlich noch zahlreiche Fälle geben wird, in denen Unternehmen für einige Güterbereiche mit „ihren“ Katalogen werden arbeiten wollen. Wie bereits oben angemerkt, ist der Übergang von dienstleisterseitig gehosteten, kundenindividuellen Katalogen, auf die über das Internet zugegriffen wird, und deren Ergänzung um frei zugängliche „Standardkataloge“ zu Plattformen, wo (fast) nur solche Standardkataloge und einzelne Güterangebote zu finden sind, fließend. Etwas weniger als ein Zehntel halten solche Lösungen für „unwichtig“ oder „eher unwichtig“. Ob man hier im Einzelfall auf seine individuelle Kataloglösung nicht verzichten möchte bzw. darin wesentliche Vorteile sieht oder ob dies am spezifischen Bedarfsportfolio der Antwortenden liegt, lässt sich nur mutmaßen.

Mit über 45 Prozent Bewertungen mit „wichtig“ und „sehr wichtig“ liegen die aus Standardkomponenten konfigurierbaren Güter bereits an zweiter Stelle. Allerdings halten dies summarisch 17,5 Prozent für „unwichtig“ oder „weniger wichtig“, obwohl dies für diese Anwender nicht als für sie „nicht relevant“ angegeben wurde. Da die Bewertung mit „sehr wichtig“ lediglich zu knapp 15 Prozent angegeben wurde, scheint es sich in diesem Bereich um eine durchaus sinnvolle und gewünschte, aber nicht seitens der potenziellen Nutzer durchgehend als essentiell angesehen Anwendung zu handeln.

Für den Bereich der individuellen Zeichnungsteile geben summarisch ein gutes Viertel „wichtig“ oder „sehr wichtig“ an. Mit summarisch 28,3 Prozent ordnen etwas mehr Antwortenden die Wichtigkeit im

Bereich „unwichtig“ und „eher unwichtig“ ein. Bei der Interpretation dieser Werte ist das jeweils spezifische Bedarfsportfolio der Antwortenden zu berücksichtigen. Einige Unternehmen aus dem Bereich Maschinenbau generieren täglich Dutzende oder gar Hunderte neue und individuelle Teile, deren Beschaffung durch entsprechende Plattformen erheblich effizienter und gegebenenfalls effektiver gestaltet werden kann. Dagegen dürften Unternehmen mit nur sporadisch anfallenden Neuteilen hier eventuell weniger Vorteile sehen.

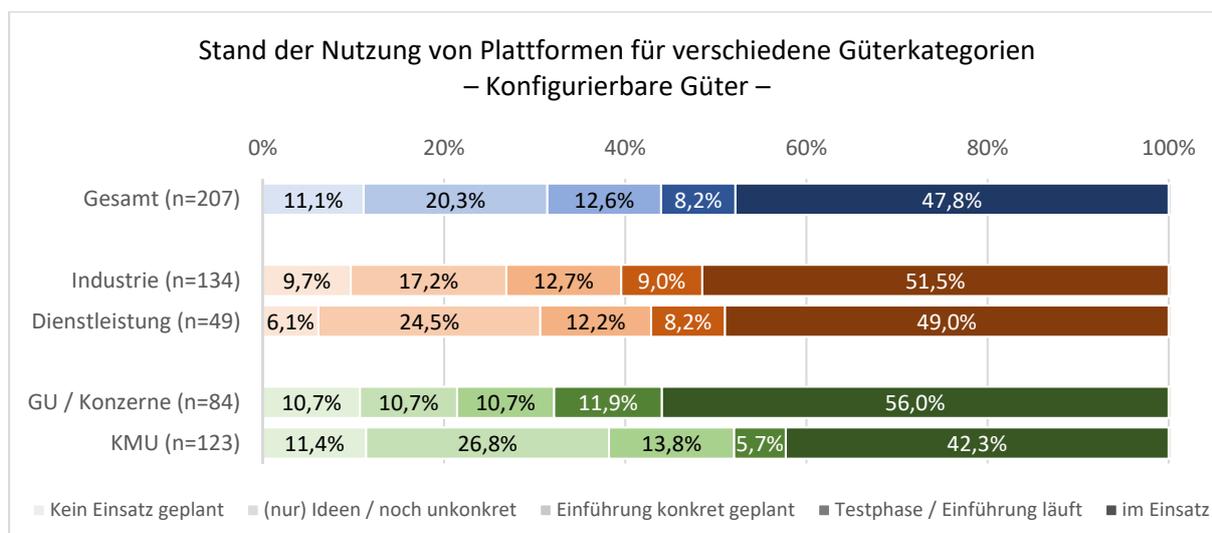
Die in jüngster Zeit viel diskutierten Stahl-Plattformen erhalten am wenigsten Zustimmung. Unter einem Fünftel der Antwortenden ordnen diese als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ ein – dagegen über ein Fünftel als „unwichtig“ oder „eher unwichtig“. Dies und auch die hohe Quote derer, die „nicht relevant“ angegeben haben, weist darauf hin, dass derartige Plattformen eher für eine ausgewählte Gruppe von Unternehmen Relevanz haben dürfte. Für diese könnte sich allerdings ein durchaus hoher Nutzen ergeben. Wie oben festgestellt wurde, ist die Relevanz für Großunternehmen als sehr hoch einzuschätzen.

(12) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich der Nutzung solcher Plattformen für die genannten Güterkategorien?

Bei dieser Frage wurden nur diejenigen befragt, die angaben, dass die Plattformen für die jeweilige Güterkategorie grundsätzlich als relevant erachtet wird. Entsprechend ergeben sich auch je nach Kategorie unterschiedlich viele Antworten.

Standard-Kataloggüter

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=207)	11,1%	20,3%	12,6%	8,2%	47,8%
Industrie (n=134)	9,7%	17,2%	12,7%	9,0%	51,5%
Dienstleistung (n=49)	6,1%	24,5%	12,2%	8,2%	49,0%
GU / Konzerne (n=84)	10,7%	10,7%	10,7%	11,9%	56,0%
KMU (n=123)	11,4%	26,8%	13,8%	5,7%	42,3%



47,8 Prozent geben an, bereits Internet-Plattformen für Standard-Kataloggüter „im Einsatz“ zu haben, und weitere 8,2 Prozent befinden sich in der „Einführungsphase“. 12,6 Prozent haben die „Einführung konkret geplant“, 20,3 Prozent haben bisher nur unkonkrete Absichten; „keinen Einsatz“ planen lediglich 11,1 Prozent.

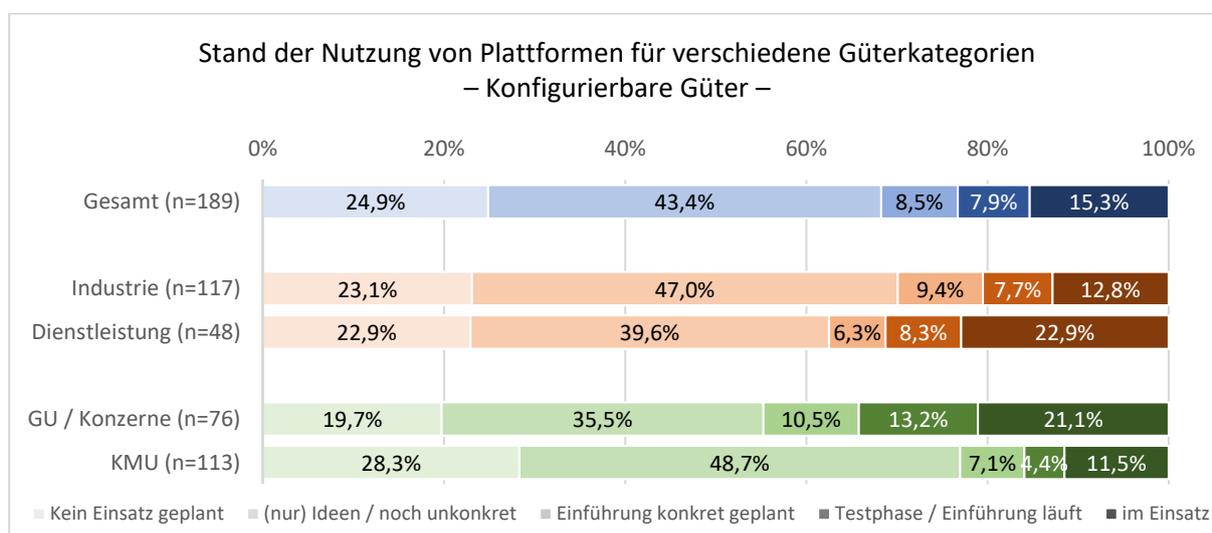
Die Industrie weist mit 51,5 Prozent hier einen leicht höheren Wert gegenüber den Dienstleistern (49 Prozent) bei den bereits „im Einsatz“ befindlichen Systemen auf, dafür aber auch einen höheren Wert dafür, dass aktuell „kein Einsatz geplant“ sei (9,7 Prozent zu 6,1 Prozent). Unter Berücksichtigung der in „Einführung“ und „konkret in Planung“ befindlichen Anwendungen ergeben sich für beide Sektoren (73,2 Prozent Industrie und 69,4 Prozent Dienstleister) summarisch sehr hohe Werte.

Größere Unternehmen sind hinsichtlich der „bereits“ bestehenden „Nutzung“ mit 56 Prozent deutlich vor den KMU (42,3 Prozent). Auch für die „in Einführung“ befindlichen Systeme ergibt sich ein Vorsprung der Industrieunternehmen (11,9 Prozent zu 5,7 Prozent), so dass die KMU insgesamt erst mit zeitlicher Verzögerung aufschließen könnten. Die Quote derer, die aktuell (noch) „keine Nutzung“ vorsehen, ist dabei in beiden Unternehmensgrößenklassen in etwa gleich.

Insgesamt dürften sich damit Plattformen für Standard-Kataloggüter über die Zeit unabhängig vom Sektor und der Unternehmensgröße weiter durchsetzen.

Konfigurierbare Güter

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=189)	24,9%	43,4%	8,5%	7,9%	15,3%
Industrie (n=117)	23,1%	47,0%	9,4%	7,7%	12,8%
Dienstleistung (n=48)	22,9%	39,6%	6,3%	8,3%	22,9%
GU / Konzerne (n=76)	19,7%	35,5%	10,5%	13,2%	21,1%
KMU (n=113)	28,3%	48,7%	7,1%	4,4%	11,5%



Erwartungsgemäß ist die Nutzung von Plattform-Lösungen für konfigurierbare Güter bei weitem noch nicht so weit fortgeschritten wie für klassische Kataloggüter. Lediglich 15,3 Prozent geben an, hier bereits Systeme „im Einsatz“ zu haben und knapp 8 Prozent, dass sie in der „Einführungsphase“ wären. 8,5 Prozent haben bereits „konkrete Pläne“ entwickelt, 43,4 Prozent dagegen lediglich „unkonkret“. Ein knappes Viertel plant aktuell noch „keine Nutzung“.

Dienstleister haben mit 22,9 Prozent „bereits bestehender Nutzung“ einen deutlichen Vorsprung vor der Industrie (12,8 Prozent). Die Quoten für „in Einführung“ befindliche Lösungen weichen mit 7,7 Prozent für die Industrie und 8,3 Prozent bei den Dienstleistern nur geringfügig voneinander ab. Der „konkrete Planungsstatus“ liegt bei Industrieunternehmen mit 9,4 Prozent etwas über dem bei den Dienstleistern (6,3 Prozent). Da die Werte für eine aktuell „nicht beabsichtigte Nutzung“ mit 23,1 Prozent (Industrie) und 22,9 Prozent (Dienstleister) nicht in relevanter Größenordnung voneinander abweichen, resultiert ein erkennbarer Unterschied hinsichtlich des Status „erste Ideen“, wo die Industrie 7,4 Prozentpunkte vor den Dienstleistern liegt.

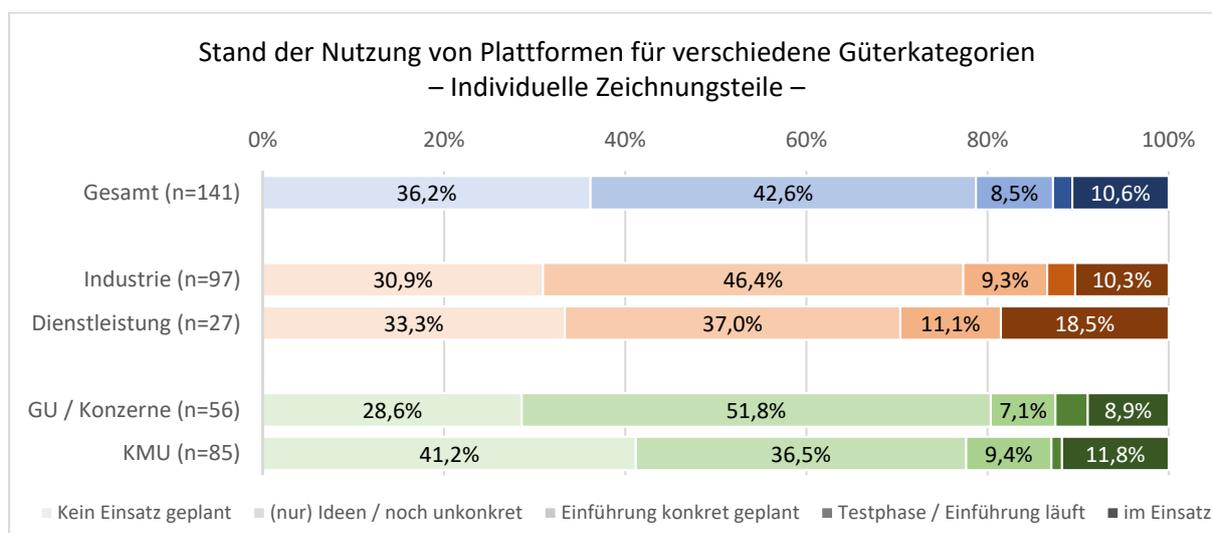
GU / Konzerne haben bereits zu mehr als einem Fünftel (21,1 Prozent) entsprechende Systeme „im Einsatz“ und zu 13,2 Prozent „in Einführung“. Die KMU liegen hier mit entsprechenden 11,5 Prozent und 4,4 Prozent deutlich zurück. Dies gilt auch für das Vorliegen „konkreter Pläne“, wo die Differenz 3,4 Prozentpunkte auf die 10,5 Prozent der GU / Konzerne beträgt. Immerhin haben etwas weniger als

die Hälfte der KMU hierfür bereits „Ideen entwickelt“; bei den Großunternehmen sind ein gutes Drittel in diesem Stadium. Zurzeit „keinen Einsatz“ planen knapp ein Fünftel der größeren Unternehmen und 28,3 Prozent der KMU.

Insgesamt kann anhand der Daten davon ausgegangen werden, dass Plattformen für konfigurierbare Güter im Zeitablauf zunehmend nachgefragt werden und dies unabhängig stark von den beiden Sektoren. GU / Konzerne werden diese Entwicklung anführen.

Individuelle Zeichnungsteile

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=141)	36,2%	42,6%	8,5%	2,1%	10,6%
Industrie (n=97)	30,9%	46,4%	9,3%	3,1%	10,3%
Dienstleistung (n=27)	33,3%	37,0%	11,1%	0,0%	18,5%
GU / Konzerne (n=56)	28,6%	51,8%	7,1%	3,6%	8,9%
KMU (n=85)	41,2%	36,5%	9,4%	1,2%	11,8%



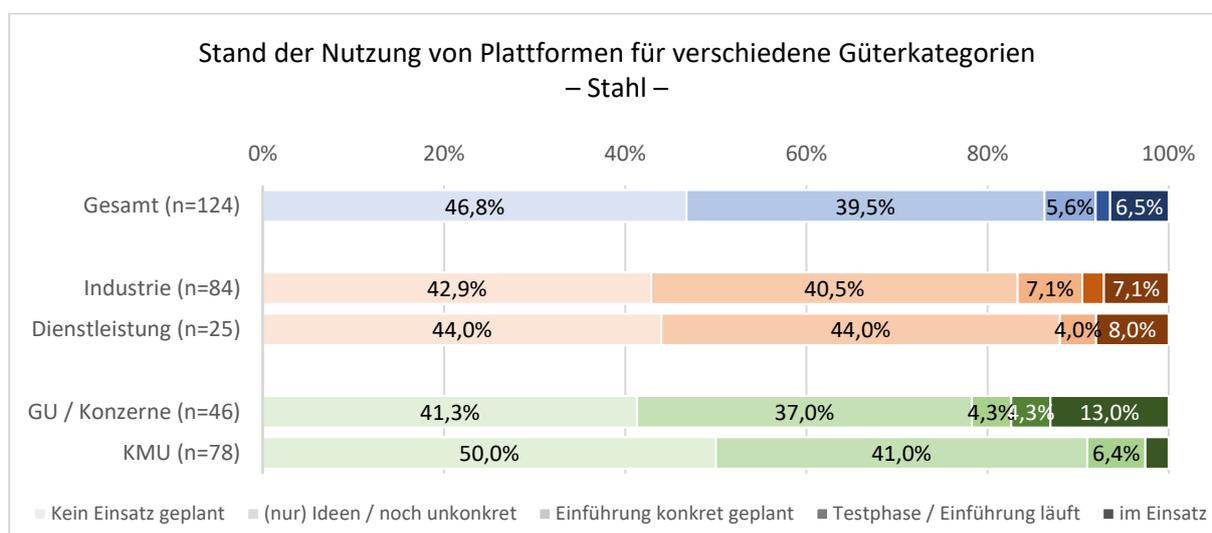
Die Entwicklung bei den individuellen Zeichnungsteilen ist weniger fortgeschritten als bei den oben analysierten Gütergruppen. Lediglich ein gutes Zehntel geben an, „bereits“ entsprechende Plattformen „zu nutzen“ und nur 2,1 Prozent befinden sich in der „Einführungsphase“. Auch die Quote derer, die „konkret“ eine „Einführung geplant“ haben, ist mit 8,5 Prozent eher niedrig. Immerhin 42,6 Prozent haben hierzu aber bereits „erste Ideen“. Allerdings sehen deutlich über ein Drittel (36,2 Prozent) aktuell „keine Nutzung“ vor.

Die Dienstleister sind hier weiter als die Industrie: 18,5 Prozent gegenüber 10,3 Prozent in der Industrie nutzen bereits eine solche Plattform. Allerdings sind 3,1 Prozent der Industrieunternehmen gegenüber niemanden aus dem Dienstleistungsbereich in der „Einführungsphase“, was die Differenz zwischen den beiden Sektoren mindert. Dafür haben mit 11,1 Prozent etwas mehr Dienstleister „konkrete Nutzungspläne“ im Vergleich zur Industrie (9,3 Prozent). Ein Drittel der Dienstleister „planen“ derzeit „keine Nutzung“; bei Industrieunternehmen sind dies etwas weniger (30,9 Prozent). Insgesamt sind die Dienstleister damit zwar etwas weiter fortgeschrittener, was sich aber im Zeitablauf nivellieren dürfte.

KMU liegen hinsichtlich der aktuellen „Nutzung“ leicht zurück, was aber durch die „in Einführung befindlichen Nutzungen“ bzw. „Testphasen“ alsbald ausgeglichen werden könnte, so dass die beiden Größenkategorien hier summarisch mit 12,5 Prozent bzw. 13 Prozent ähnlich aufgestellt sind. Die Quote der KMU, die noch „keinen Einsatz“ planen, ist mit 41,2 Prozent deutlich höher als bei den GU / Konzernen (28,6 Prozent) und die für „erste Ideen“ deutlich kleiner (36,5 Prozent gegenüber 51,8 Prozent bei den GU / Konzernen). Mittelfristig dürften damit die GU / Konzerne die weitere Entwicklung stärker treiben als die KMU.

Stahl

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=124)	46,8%	39,5%	5,6%	1,6%	6,5%
Industrie (n=84)	42,9%	40,5%	7,1%	2,4%	7,1%
Dienstleistung (n=25)	44,0%	44,0%	4,0%	0,0%	8,0%
GU / Konzerne (n=46)	41,3%	37,0%	4,3%	4,3%	13,0%
KMU (n=78)	50,0%	41,0%	6,4%	0,0%	2,6%

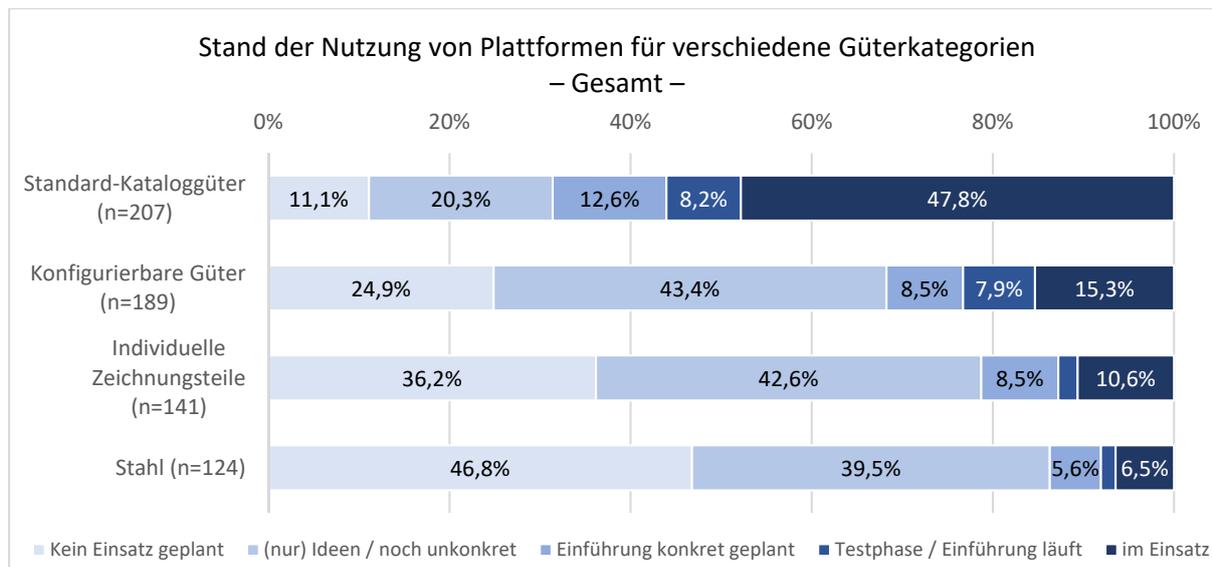


Für den Bereich Stahl fallen die Nutzungsquoten besonders niedrig aus, was kaum verwundert, da sich hier erst neue Plattformen etablieren müssen. Lediglich 6,5 Prozent geben eine aktuelle „Nutzung“ an und auch nur 1,6 Prozent, dass sie sich in der „Einführung“ befänden. Auch der Status „konkreter Pläne“ ist mit einem Anteil von 5,6 Prozent niedrig. Immerhin haben fast 40 Prozent hierzu „erste Ideen“. Allerdings planen 46,8 Prozent aktuell „keinen Einsatz“.

Industrie und Dienstleister weisen in ihren Antworten nur eher geringfügige Unterschiede auf. Für beide Sektoren liegt die Quote der aktuell nicht gesehenen Nutzung knapp 4 bzw. 3 Prozentpunkte unter dem Wert für die gesamte Teilnehmergruppe. Die Industrie ist summarisch etwas weiter bei der „Nutzung“ bzw. der „Einführung“ und „konkreten Planung“.

Großunternehmen sind deutlich weiter in der „Nutzung“ und „aktuellen Einführung“ entsprechender Plattformnutzungen als KMU und befinden sich in etwas geringerem Ausmaß noch in der Planungsphase. Dies ist kompatibel zu der höheren Bewertung der Wichtigkeit seitens der GU / Konzerne im Vergleich zu den KMU. Da letztere zur Hälfte noch „keine Nutzung“ planen und weitere 41 Prozent sich nur „unkonkret“ mit dem Thema befassen, ist hier in näherer Zukunft noch nicht mit einer größeren Nachfrage nach solchen Plattformen zu rechnen.

Gesamtüberblick zum Nutzungsstand von Plattformen



Im Gesamtüberblick wird deutlich, wie groß der Vorsprung des Nutzungsstands von Plattformen für Standard-Kataloggüter gegenüber den weiteren hier betrachteten Güterkategorien ist. Insofern kann der Weiterexistenz bis auf Weiteres als gesichert und zudem ein deutlicher Nachfragezuwachs prognostiziert werden.

Die Nachfrage für Plattformen, die konfigurierbare Güter anbieten, scheint sich gut weiter entwickeln zu können. Erste Anwender und in der „Testphase“ befindliche Nutzer geben hier Anlass zu Optimismus, wie auch die mit knapp 25 Prozent übersichtliche Quote derer, die hier aktuell noch „keinen Handlungsbedarf“ sehen.

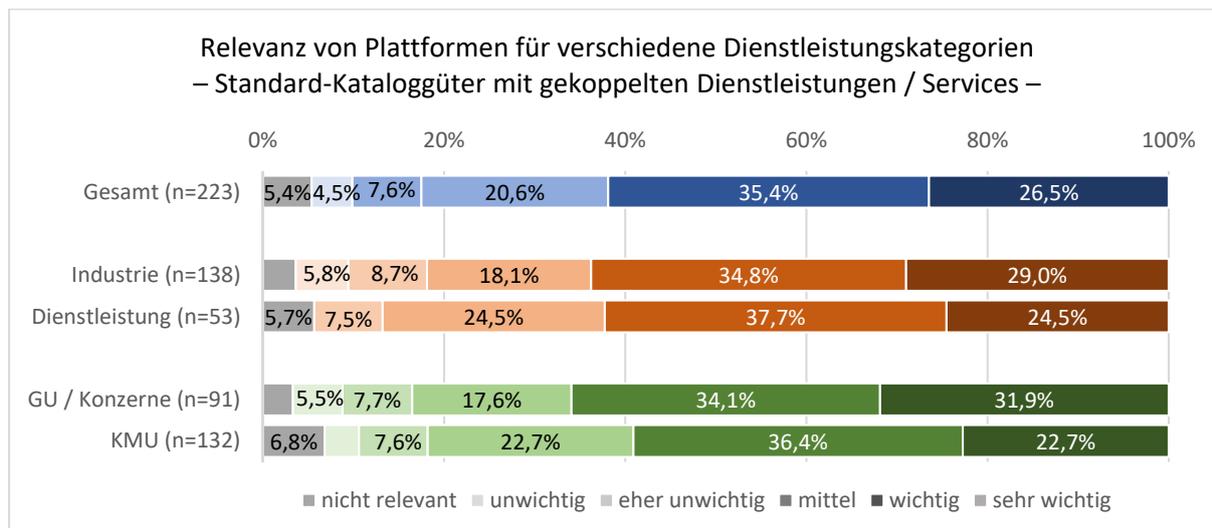
Demgegenüber fallen Plattformen für individuelle Zeichnungsteile in der Umfrage zwar etwas zurück. Bei den 36,2 Prozent, die aktuell noch „keine Nutzung“ planen sowie den weiteren Befragungsergebnissen hierzu ist allerdings zu berücksichtigen, dass diese Plattformen primär eine spezielle Klientel adressieren, nämlich solche Unternehmen, für die die Nutzung erhebliche Effizienzvorteile und angesichts der dort angenommenen herrschenden Anbieterkonkurrenz auch Einstandspreissenkungspotenziale bieten. Inwiefern sich solche Plattformen auch für Nachfrager mit Gelegenheitsbedarfen an individuellen Zeichnungsteilen etablieren können, bleibt abzuwarten.

Angesichts der Strukturen auf der Nachfragerseite und den Bedarfsprofilen verwundert es wenig, dass über die Gesamtgruppe gesehen, die Nutzungsquoten für Stahlplattformen noch gering sind. Insofern dürften diese Plattformen zunächst eine spezifische Zielgruppe haben, die, wie oben gesehen, vor allem größere Unternehmen mit volumenmäßig relevanten Stahlbedarfen ausmacht.

(13) Wie wichtig sind für Sie in näherer Zukunft solche Plattformen für die genannten Dienstleistungskategorien?

Standard-Kataloggüter mit gekoppelten Dienstleistungen / Services

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	5,4%	4,5%	7,6%	20,6%	35,4%	26,5%
Industrie (n=138)	3,6%	5,8%	8,7%	18,1%	34,8%	29,0%
Dienstleistung (n=53)	5,7%	0,0%	7,5%	24,5%	37,7%	24,5%
GU / Konzerne (n=91)	3,3%	5,5%	7,7%	17,6%	34,1%	31,9%
KMU (n=132)	6,8%	3,8%	7,6%	22,7%	36,4%	22,7%



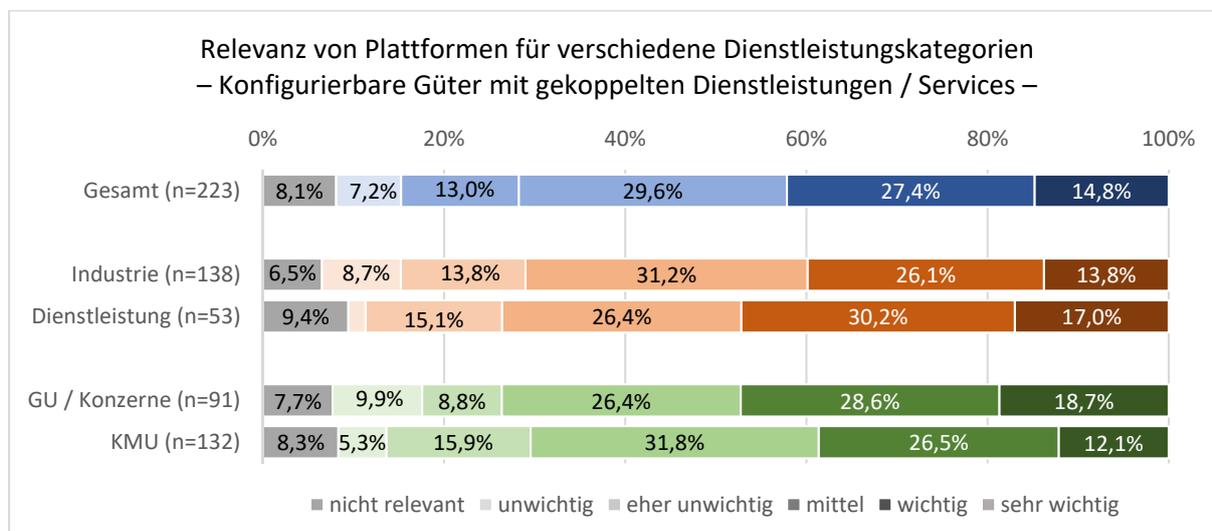
Standard-Kataloggüter mit gekoppelten Dienstleistungen bewerten über ein Viertel (26,5 Prozent) mit „sehr wichtig“ und weitere 35,4 Prozent mit „wichtig“, was summarisch knapp 62 Prozent ergibt. Damit liegt eine hohe Interessensbekundung für entsprechende Angebote über Plattformen vor. Nur gut 12 Prozent bewerten dies als „unwichtig“ oder „eher unwichtig“. Angesichts von lediglich 5,4 Prozent, die mit „nicht relevant“ antworten, ist die Verzerrung dieser Werte eher gering.

Die Bewertung mit „sehr wichtig“ ist in der Industrie mit 29 Prozent knapp 5 Prozentpunkte höher als bei den Dienstleistern (24,5 Prozent). Dafür liegen letztere knapp 3 Prozentpunkte vor der Industrie bei der Bewertung mit „wichtig“ (37,7 Prozent zu 34,8 Prozent), was in der summarischen Bewertung beide auf fast dasselbe Niveau positiver Einschätzungen bringt. Die Dienstleister ordnen diesem Bereich zu knapp einem Viertel eine mittlere Bedeutung zu, die Industrie lediglich zu 18,1 Prozent, womit letztere häufiger die Antwortoptionen im „unwichtigen“ Bereich wählen. Bei Dienstleistern liegt auch eine leicht höhere „Nichtrelevanzquote“ vor.

Größere Unternehmen weisen dem Bereich mit 31,9 Prozent deutlich häufiger eine „sehr wichtige“ Bedeutung zu als KMU, die nur auf 22,7 Prozent kommen. Trotz der häufigen Angabe von „wichtig“ seitens der KMU (36,4 Prozent gegenüber 34,1 Prozent), liegen die GU / Konzerne summarisch in der positiven Einschätzung mit zwei Dritteln vor den KMU, die knapp unter 60 Prozent bleiben. Da bei Letzteren die „Irrelevanzquote“ mit 6,8 Prozent mehr als doppelt so hoch ist wie bei den GU / Konzernen, relativieren sich diese Unterschiede jedoch geringfügig beim Beziehen der Angaben auf die Gruppe derer, die eine positive Relevanzbewertung abgegeben haben.

Konfigurierbare Güter mit gekoppelten Dienstleistungen / Services

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	8,1%	7,2%	13,0%	29,6%	27,4%	14,8%
Industrie (n=138)	6,5%	8,7%	13,8%	31,2%	26,1%	13,8%
Dienstleistung (n=53)	9,4%	1,9%	15,1%	26,4%	30,2%	17,0%
GU / Konzerne (n=91)	7,7%	9,9%	8,8%	26,4%	28,6%	18,7%
KMU (n=132)	8,3%	5,3%	15,9%	31,8%	26,5%	12,1%



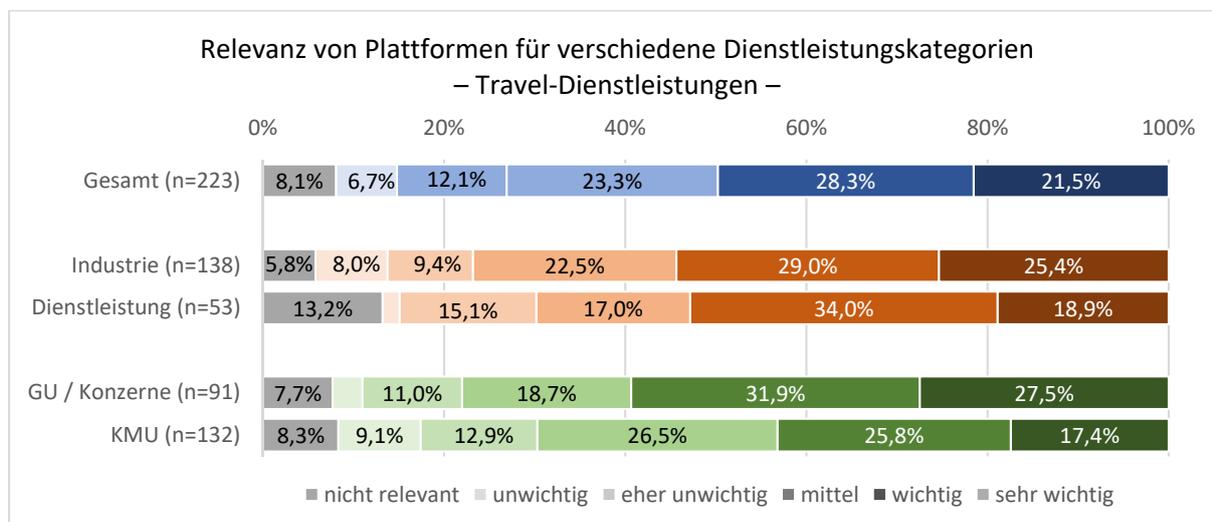
Knapp 15 Prozent der Antwortenden geben eine Bewertung mit „sehr wichtig“ und mit 27,4 Prozent mehr als ein Viertel mit „wichtig“ an. Damit artikulieren 42,2 Prozent eine positive Einschätzung. Dem stehen gut 20 Prozent der Bewertungen im Bereich „unwichtig“ entgegen. Für 8,1 Prozent war das Thema „irrelevant“, so dass hier wiederum kleinere Korrekturen bei Bezug auf die Relevanzgruppe anzubringen wären, die obige Relation jedoch nicht ändern.

Dienstleister urteilen zu 47,2 Prozent klar positiver als die Industrie mit summarisch knapp 40 Prozent. Dabei ist die Relevanzquote in der Industrie mit 93,5 Prozent rund 3 Prozentpunkte höher als bei den Dienstleistern. Letztere geben summarisch zu 17 Prozent eine Unwichtigkeit an; in der Industrie sind dies mit 22,5 Prozent klar mehr. Damit sind die relevanten Dienstleister deutlich positiver als die relevanten Industrieunternehmen.

GU / Konzerne votieren mit 18,7 Prozent für „sehr wichtig“ und 28,6 Prozent für „wichtig“ und damit klar positiver hinsichtlich der eingeschätzten Wichtigkeit als KMU (12,1 Prozent und 26,5 Prozent). Auch liegen die Werte für den Bereich „unwichtig“ für die GU / Konzerne mit summarisch 18,7 Prozent unter dem Wert für die KMU (21,2 Prozent). Primär die größeren Unternehmen dürften hier also die nachfrageseitige Entwicklung vorantreiben.

Travel-Dienstleistungen

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	8,1%	6,7%	12,1%	23,3%	28,3%	21,5%
Industrie (n=138)	5,8%	8,0%	9,4%	22,5%	29,0%	25,4%
Dienstleistung (n=53)	13,2%	1,9%	15,1%	17,0%	34,0%	18,9%
GU / Konzerne (n=91)	7,7%	3,3%	11,0%	18,7%	31,9%	27,5%
KMU (n=132)	8,3%	9,1%	12,9%	26,5%	25,8%	17,4%



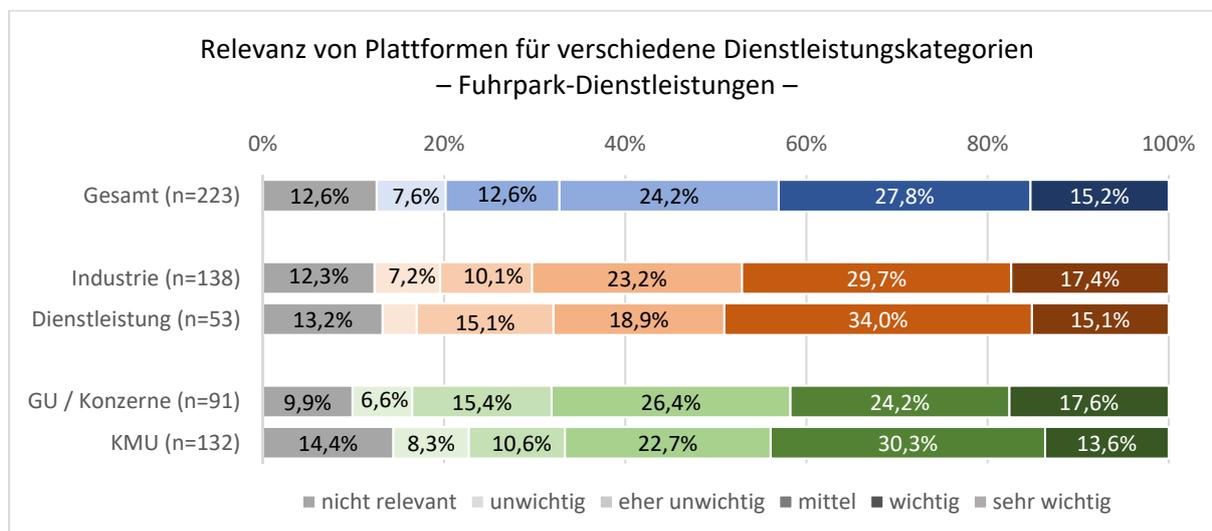
Plattformen für Travel-Dienstleistungen bewerten summarisch knapp die Hälfte der Antwortenden mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Für „(eher) unwichtig“ halten dies etwas weniger als ein Fünftel und 8,1 Prozent geben „nicht relevant“ an. Insgesamt liegt damit eine klare Interessensbekundung vor.

Die Industrie und die Dienstleister liegen summarisch bei der positiven Bewertung fast gleichauf, wobei Industrieunternehmen zu gut einem Viertel mit „sehr wichtig“ und damit häufiger als Dienstleister (18,9 Prozent) diese höchste Bewertung abgeben. Beide Gruppen halten summarisch zu rund 17 Prozent solche Anwendungen für „(eher) unwichtig“. Die „Irrelevanzquote“ ist bei den Dienstleistern mit 13,2 Prozent mehr als doppelt so hoch wie in der Industrie (5,8 Prozent), so dass hier eine Differenzierung der Zielgruppe wichtiger erscheint.

Größere Unternehmen haben deutlich höhere Zustimmungsquoten als KMU. So liegt die Bewertung mit „sehr wichtig“ bei ersteren bei 27,5 Prozent gegenüber lediglich 17,4 Prozent bei den KMU; für „eher wichtig“ lautet der Vergleich 31,9 Prozent zu 25,8 Prozent. KMU siedeln solche Plattformen summarisch zu 22 Prozent im Unwichtigkeitsbereich an gegenüber lediglich 14,3 Prozent bei den GU / Konzernen. Letztere dürften daher die Entwicklung in näherer Zukunft stärker treiben als KMU.

Fuhrpark-Dienstleistungen

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	12,6%	7,6%	12,6%	24,2%	27,8%	15,2%
Industrie (n=138)	12,3%	7,2%	10,1%	23,2%	29,7%	17,4%
Dienstleistung (n=53)	13,2%	3,8%	15,1%	18,9%	34,0%	15,1%
GU / Konzerne (n=91)	9,9%	6,6%	15,4%	26,4%	24,2%	17,6%
KMU (n=132)	14,4%	8,3%	10,6%	22,7%	30,3%	13,6%



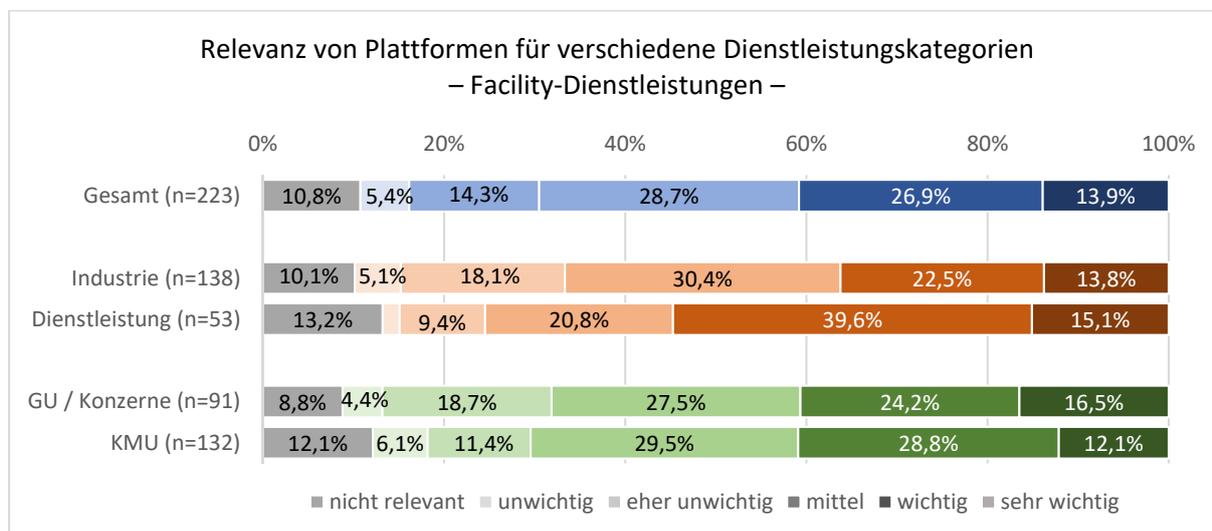
Plattformen für Fuhrpark-Dienstleistungen bewerten summarisch 43 Prozent der Antwortenden mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Für „(eher) unwichtig“ halten dies rund ein Fünftel; 12,6 Prozent geben „nicht relevant“ an. Insgesamt ist eine recht klare Interessensbekundung festzustellen.

Industrieunternehmen und Dienstleister liegen summarisch bei der positiven Bewertung auf ähnlichem Niveau. Industrieunternehmen antworten zu 17,4 Prozent mit „sehr wichtig“ und damit leicht häufiger als Dienstleister (15,1 Prozent). Beide Gruppen halten ähnlich häufig solche Anwendungen für „(eher) unwichtig“ (17,3 Prozent Industrie zu 18,9 Prozent Dienstleister). Die „Irrelevanzquote“ ist vergleichbar stark ausgeprägt und liegt bei etwas über einem Zehntel.

Größere Unternehmen weisen mit 41,8 Prozent summarisch eine leicht geringere Zustimmungsquote auf als KMU (43,9 Prozent), liegen aber bei der Bewertung mit „sehr wichtig“ 4 Prozentpunkte im Vergleich vorn. KMU siedeln solche Plattformen summarisch zu 18,9 Prozent im Unwichtigkeitsbereich an gegenüber 22 Prozent bei den GU / Konzernen. Erstere geben dafür mit 14,4 Prozent eine um 4,5 Prozentpunkte höhere Irrelevanz an. Damit ist die positive Einschätzung der relevanten KMU vergleichsweise noch stärker als bei der relevanten Gruppe der GU / Konzerne. Dies mag damit zusammenhängen, dass Großunternehmen angesichts ihrer stärkeren Nachfrageposition selbst gute Bedingungen für Fuhrpark-Dienstleistungen erzielen können und sich angesichts des Volumens eine interne Organisation dieser Beschaffungsaufgabe lohnt, wohingegen KMU stärker von einer höheren Prozesseffizienz und dem Wettbewerb auf derartigen Plattformen profitieren können.

Facility-Dienstleistungen

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	10,8%	5,4%	14,3%	28,7%	26,9%	13,9%
Industrie (n=138)	10,1%	5,1%	18,1%	30,4%	22,5%	13,8%
Dienstleistung (n=53)	13,2%	1,9%	9,4%	20,8%	39,6%	15,1%
GU / Konzerne (n=91)	8,8%	4,4%	18,7%	27,5%	24,2%	16,5%
KMU (n=132)	12,1%	6,1%	11,4%	29,5%	28,8%	12,1%



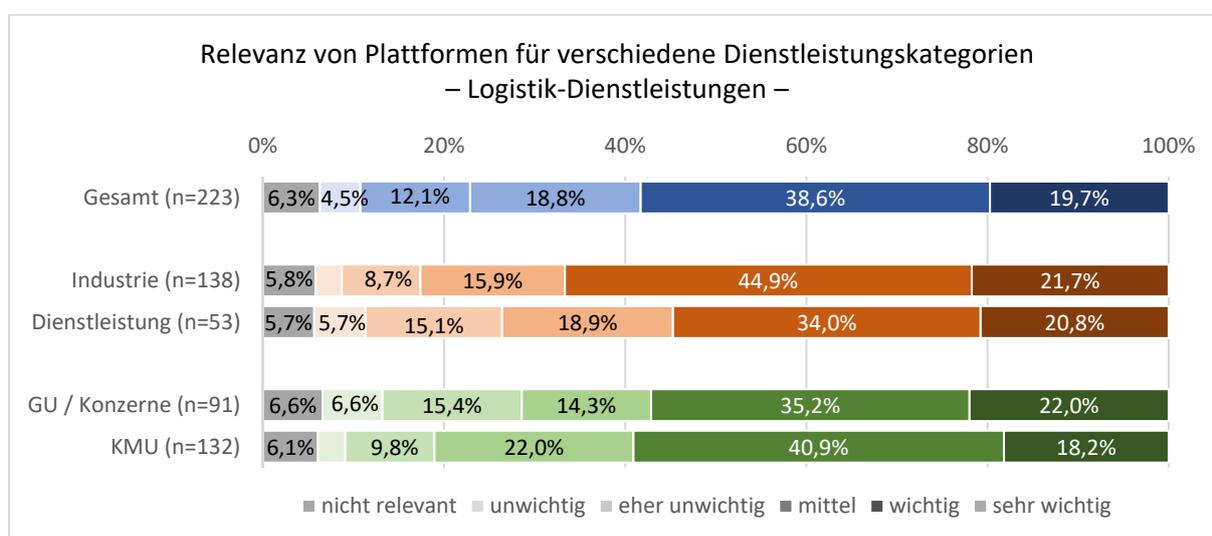
Plattformen für Facility-Dienstleistungen bewerten summarisch knapp 41 Prozent der Antwortenden mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Für „(eher) unwichtig“ halten dies rund ein Fünftel; knapp 11 Prozent geben „nicht relevant“ an. Insgesamt ist eine recht klare Interessensbekundung festzustellen.

Die Dienstleister liegen summarisch bei der positiven Bewertung deutlich vor der Industrie und antworten zu 15,1 Prozent mit „sehr wichtig“ und zu 39,6 Prozent mit „wichtig“, wohingegen Industrieunternehmen hier lediglich auf 13,8 Prozent und 22,5 Prozent kommen. Die summarische Differenz liegt damit bei hohen 18,4 Prozentpunkten. Fast ein Viertel der Industrieunternehmen sehen das Thema als „(eher) unwichtig“ an, wohingegen dies nur 11,3 Prozent der Dienstleister tun. Die „Irrelevanzquote“ liegt für die Industrie bei rund einem Zehntel und bei den Dienstleistern gut 3 Prozentpunkte höher. Damit ist die relevante Dienstleistergruppe deutlich stärker an entsprechenden Plattformlösungen interessiert.

Summarisch bestehen bei den positiven Sichtweisen kaum Unterschiede zwischen den größeren Unternehmen und den KMU, da beide Gruppen hier auf gut 40 Prozent kommen. Die Bewertungen im Bereich „unwichtig“ liegen für die GU / Konzerne mit summarisch 23,1 Prozent etwas höher als bei den KMU (17,5 Prozent). KMU könnten sich damit als stärkere Treiber der nachfrageseitigen Entwicklung als die GU / Konzerne zeigen. Letztere können angesichts ihrer stärkeren Position am Markt selbst gute Bedingungen für Facility-Dienstleistungen erzielen, so dass sich der interne Aufwand hierfür auszahlt. KMU profitieren gegebenenfalls stärker von einer höheren Prozesseffizienz und dem Wettbewerb auf derartigen Plattformen.

Logistik-Dienstleistungen

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	6,3%	4,5%	12,1%	18,8%	38,6%	19,7%
Industrie (n=138)	5,8%	2,9%	8,7%	15,9%	44,9%	21,7%
Dienstleistung (n=53)	5,7%	5,7%	15,1%	18,9%	34,0%	20,8%
GU / Konzerne (n=91)	6,6%	6,6%	15,4%	14,3%	35,2%	22,0%
KMU (n=132)	6,1%	3,0%	9,8%	22,0%	40,9%	18,2%



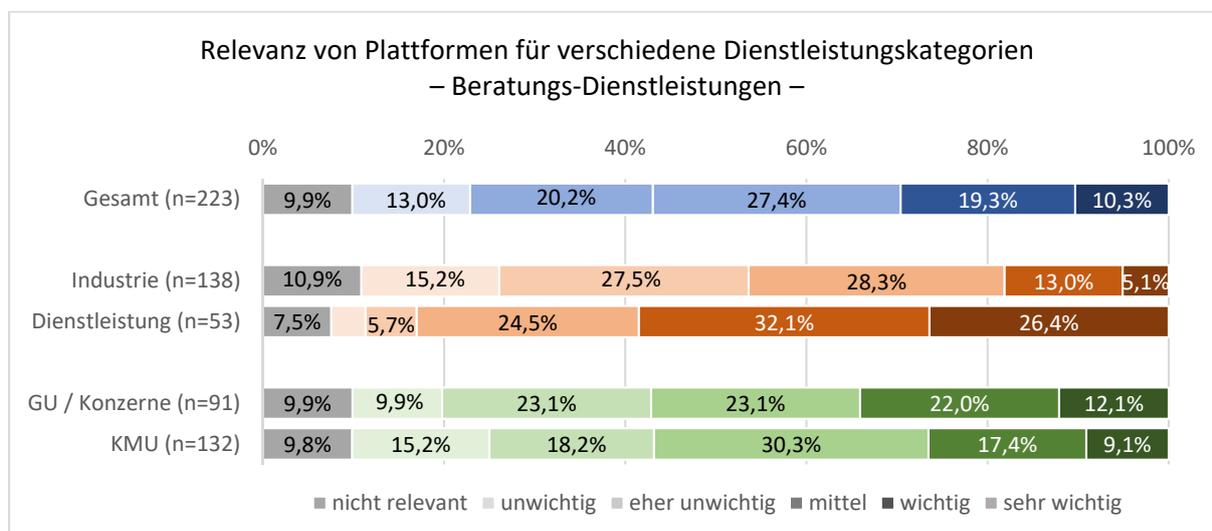
Plattformen für Logistik-Dienstleistungen bewerten summarisch 58,3 Prozent der Antwortenden und damit ein hoher Prozentsatz mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Für „(eher) unwichtig“ halten dies 16,6 Prozent. Lediglich 6,3 Prozent geben zu dieser Frage „nicht relevant“ an. Insgesamt ist eine deutliche Interessensbekundung zu konstatieren.

Industrieunternehmen liegen summarisch bei zwei Dritteln mit einer positiven Bewertung gegenüber 54,8 Prozent bei den Dienstleistern. 11,6 Prozent der Antwortenden aus der Industrie und 20,8 Prozent der Dienstleister sehen solche Plattform als „(eher) unwichtig“ an. Die „Irrelevanzquote“ ist mit 5,7 Prozent und 5,8 Prozent ähnlich gering ausgeprägt. Damit liegt eine wichtige Anwendung für Industrieunternehmen vor, aber auch die recht positive Bewertung seitens der Dienstleister ist angesichts deren typischer Wertschöpfungsstrukturen erstaunlich hoch.

Größere Unternehmen weisen mit 57,2 Prozent summarisch eine unwesentlich geringere „Zustimmungsquote“ auf als KMU (59,1 Prozent), wobei erstere etwas häufiger mit „sehr wichtig“ stimmen. KMU siedeln solche Plattformen summarisch zu rund 13 Prozent im Unwichtigkeitsbereich an gegenüber 22 Prozent der GU / Konzerne. Die „Irrelevanzquoten“ sind mit 6,6 Prozent bei GU / Konzernen und 6,1 Prozent bei KMU ähnlich gering. Insgesamt scheint die Entwicklung der Nachfrage an solchen Lösungen damit nicht sehr stark von der Unternehmensgröße anhängig zu sein.

Beratungs-Dienstleistungen

	nicht relevant	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=223)	9,9%	13,0%	20,2%	27,4%	19,3%	10,3%
Industrie (n=138)	10,9%	15,2%	27,5%	28,3%	13,0%	5,1%
Dienstleistung (n=53)	7,5%	3,8%	5,7%	24,5%	32,1%	26,4%
GU / Konzerne (n=91)	9,9%	9,9%	23,1%	23,1%	22,0%	12,1%
KMU (n=132)	9,8%	15,2%	18,2%	30,3%	17,4%	9,1%

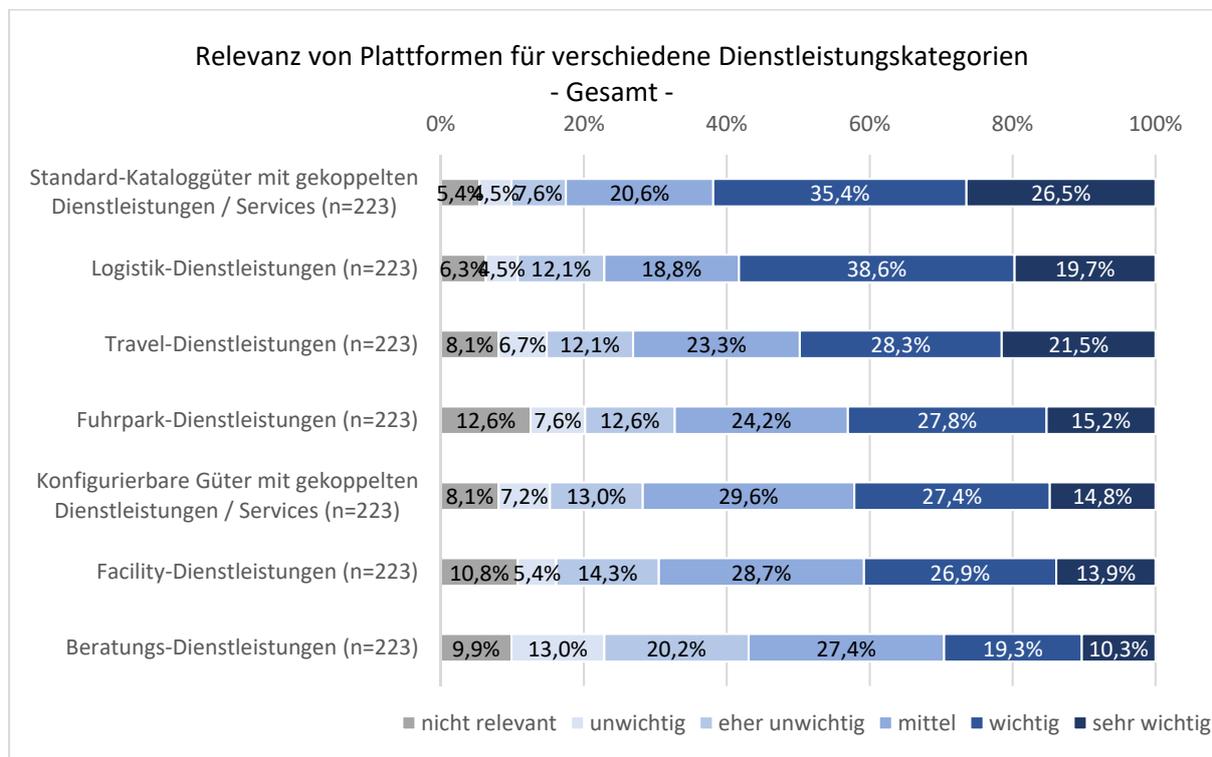


Plattformen für Beratungs-Dienstleistungen bewerten summarisch knapp 30 Prozent der Antwortenden mit „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Für „(eher) unwichtig“ halten dies rund ein Drittel und damit leicht mehr als die, die eine positive Einschätzung hierzu abgeben. Knapp ein Zehntel der Antwortenden geben „nicht relevant“ an. Insgesamt ist die Interessensbekundung für solche Plattformen damit aktuell noch etwas zurückhaltend. Dies mag einerseits an dem ausgeprägten Neuigkeitscharakter liegen sowie an dem Sachverhalt, dass Beratungsdienstleistungen häufig nicht professionell oder nicht durch den Einkauf beschafft werden. Damit sind die hohen Potenziale solcher Lösungen eventuell für viele potenzielle Anwender noch nicht vollumfänglich transparent.

Die Dienstleister liegen summarisch bei der positiven Bewertung in erheblichem Maße vor der Industrie und antworten zu 26,4 Prozent mit „sehr wichtig“ und zu 32,1 Prozent mit „wichtig“, wohingegen Industrieunternehmen hier lediglich auf 5,1 Prozent bzw. 13 Prozent kommen. Die summarische Differenz liegt damit bei sehr hohen 40,4 Prozentpunkten. Erstaunliche 42,7 Prozent der Industrieunternehmen sieht das Thema als „(eher) unwichtig“ an, wohingegen dies nur 9,5 Prozent der Dienstleister tun. Die „Irrelevanzquote“ liegt für die Industrie bei knapp 11 Prozent, bei den Dienstleistern bei 7,5 Prozent. Damit ist die Gruppe der Dienstleister aktuell nahezu einseitig Treiber der Nachfrage nach entsprechenden Plattformlösungen.

Größere Unternehmen haben zu 34,1 Prozent eine positive Meinung zu solchen Plattformen, wohingegen dies 26,5 Prozent der KMU so sehen. Die Bewertungen im Bereich „unwichtig“ liegen summarisch in etwa gleichauf bei rund einem Drittel der Antwortenden. GU / Konzerne sind damit der etwas stärkere Treiber der nachfrageseitigen Entwicklung solcher Plattformlösungen.

Gesamtüberblick zur Relevanz von Plattformen für Dienstleistungen



Im Vergleich führen bei den summarischen Werten für die Wichtigkeitsbekundungen seitens der Antwortenden Standard-Kataloggüter mit begleitenden Dienstleistungen gemeinsam mit Logistik-Plattformen deutlich vor den weiteren Plattformlösungen. Plattformen für Standard-Kataloggüter weisen dabei auch die höchste Bewertung mit „sehr wichtig“ auf.

Travel-Dienstleistungen können sich in diesem Sinne leicht von den weiteren Verfolgern der konfigurierbaren Güter mit begleitenden Dienstleistungen sowie den Fuhrpark- und den Facility-Dienstleistungen absetzen. Die relativ geringsten, mit rund 30 Prozent aber immer noch bemerkenswerten Wichtigkeitsbewertungen erhalten Plattformen für Beratungs-Dienstleistungen.

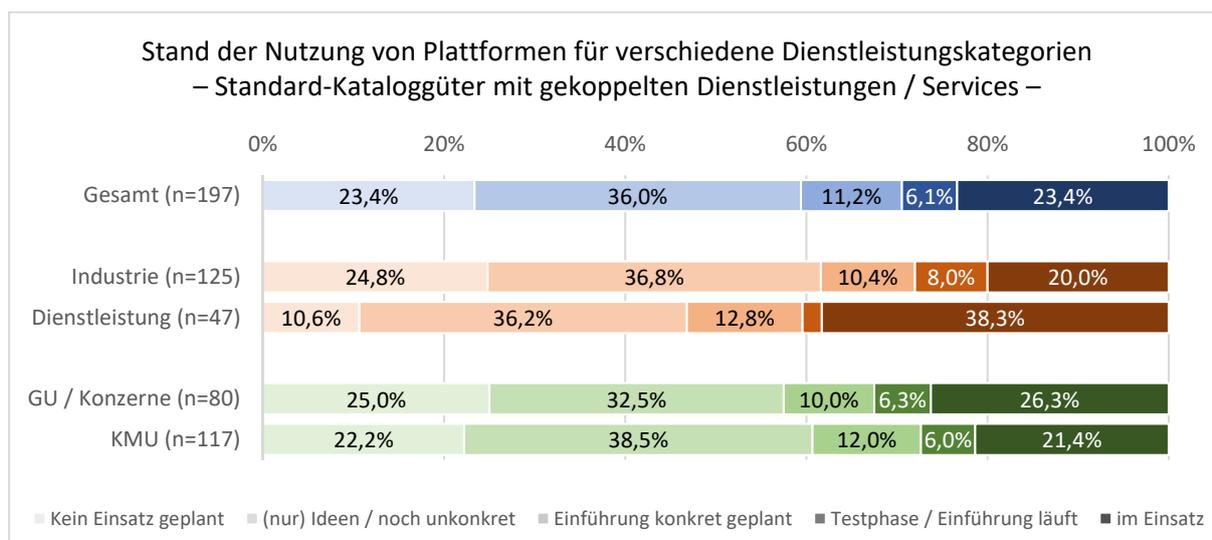
Bei diesen Werten sind die unterschiedlichen Quoten für die Bewertung „nicht relevant“ zu beachten, da hiermit eine unterschiedlich starke Verzerrung der anderen Prozentwerte erfolgt. Dieser Wert ist für Fuhrpark-Dienstleistungen, gefolgt von Facility- sowie Beratungs-Dienstleistungen am höchsten. Dies wertet die Zustimmung-, aber auch alle anderen Prozentsätze in der jeweiligen Kategorie in Bezug auf die relevante Zielgruppe stärker auf als bei den Kategorien mit vergleichsweise geringerer „Irrelevanzquote“.

Daher ist es von Bedeutung, auch die summarischen Bewertungen im positiven mit denen im negativen Bereich zu vergleichen. Bei allen Kategorien überwiegen die positiven Einschätzungen, wobei dies bei den Beratungs-Dienstleistungen am wenigsten stark ausgeprägt ist. In diesem Bereich ist allerdings die sehr hohe positive Bewertung der Dienstleister zu beachten, was nochmal darauf hinweist, dass bei allen Bewertungen eine differenzierte Analyse nach Sektor und Unternehmensgröße erfolgen sollte.

(14) Wie ist Ihr aktueller Stand hinsichtlich der Nutzung solcher Plattformen für die genannten Dienstleistungskategorien?

Standard-Kataloggüter mit gekoppelten Dienstleistungen / Services

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=197)	23,4%	36,0%	11,2%	6,1%	23,4%
Industrie (n=125)	24,8%	36,8%	10,4%	8,0%	20,0%
Dienstleistung (n=47)	10,6%	36,2%	12,8%	2,1%	38,3%
GU / Konzerne (n=80)	25,0%	32,5%	10,0%	6,3%	26,3%
KMU (n=117)	22,2%	38,5%	12,0%	6,0%	21,4%



Der „aktuelle Nutzungsstand“ von Plattformen für Standard-Kataloggüter mit verbundenen Services liegt noch etwas unter 25 Prozent. Genauso viele Antwortende planen zurzeit „keinen Einsatz“. Lediglich 6,1 Prozent befinden sich in der „Einführungsphase“, 11,2 Prozent haben „konkretere Pläne“ für die Nutzung. Damit liegen erste Erfahrungen vor, die weitere Entwicklung scheint noch etwas zögerlich zu sein.

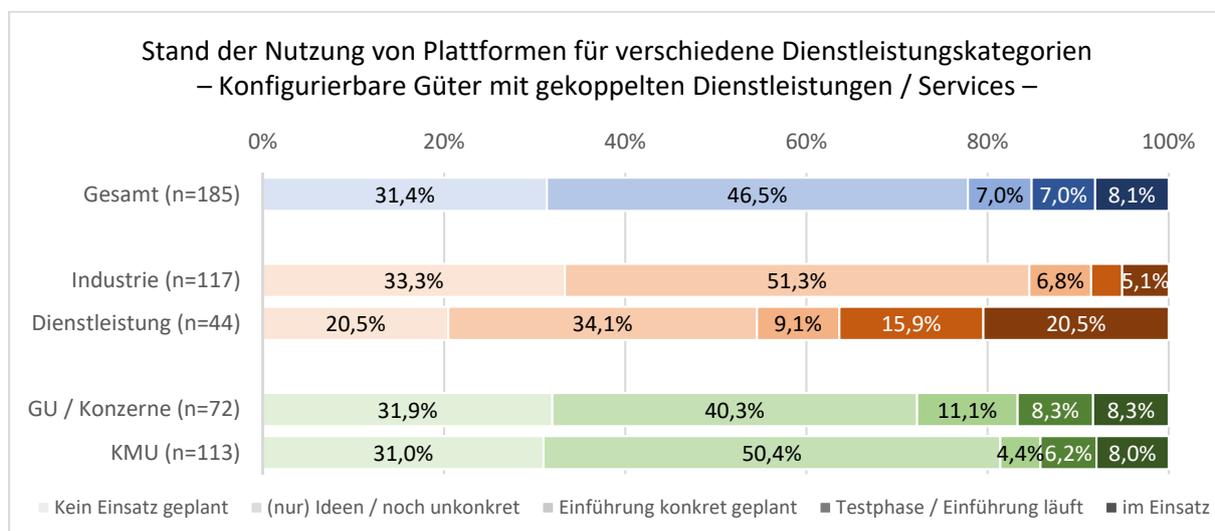
Dienstleister sind gegenüber der Industrie deutlich weiter fortgeschritten. Die „Nutzungsquote“ beträgt hier bereits 38,3 Prozent gegenüber 20 Prozent in der Industrie. Erstere planen auch lediglich zu etwas über 10 Prozent aktuell „keinen Einsatz“, während dies knapp ein Viertel der Industrievertreter*innen angeben.

Größere Unternehmen liegen vor allem bei der aktuellen „Nutzungsquote“ vor der Industrie (26,3 Prozent zu 21,4 Prozent), stehen solchen Plattformen aber auch etwas häufiger abwartend gegenüber (25 Prozent gegenüber 22,2 Prozent in der Industrie).

Eine durchgehende Nutzung von Plattformen für Standard-Kataloggüter mit gekoppelten Dienstleistungen dürfte sich damit erst im weiteren Zeitablauf durchsetzen. Da Dienstleister häufig in der Adaption neuer digitaler Lösungen führend sind, kann vorsichtig darauf geschlossen werden, dass die Industrie hier in Bälde in verstärktem Maße nachziehen wird, zumal der Bedarf für derartige Güter und Services durchaus vorhanden sein dürfte.

Konfigurierbare Güter mit gekoppelten Dienstleistungen / Services

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=185)	31,4%	46,5%	7,0%	7,0%	8,1%
Industrie (n=117)	33,3%	51,3%	6,8%	3,4%	5,1%
Dienstleistung (n=44)	20,5%	34,1%	9,1%	15,9%	20,5%
GU / Konzerne (n=72)	31,9%	40,3%	11,1%	8,3%	8,3%
KMU (n=113)	31,0%	50,4%	4,4%	6,2%	8,0%



Der „aktuelle Nutzungsstand“ von Plattformen für konfigurierbare Güter mit verbundenen Services liegt erst bei 8,1 Prozent, nur jeweils 7 Prozent sind in der „Einführungsphase“ oder haben „konkretere Pläne“ für die „Nutzung“. 31,4 Prozent „planen“ zurzeit „keinen Einsatz“. Damit scheinen die potenziellen Anwender bisher sehr zögerlich zu sein, wobei zu berücksichtigen ist, dass derartige Plattformlösungen bisher sehr neu sind.

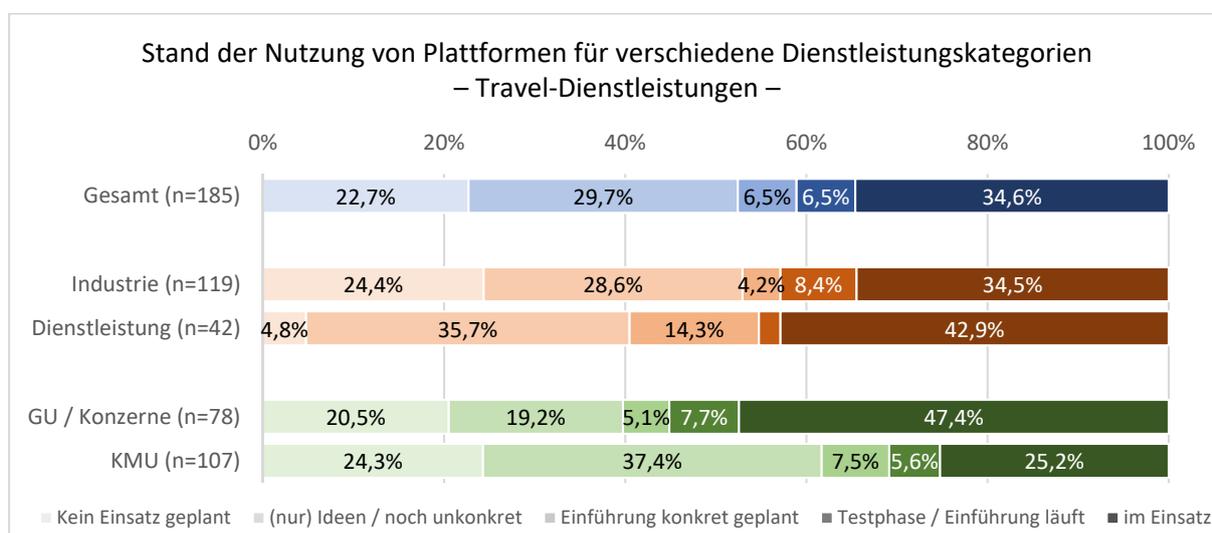
Dienstleister sind gegenüber der Industrie deutlich weiter fortgeschritten. Die „Nutzungsquote“ beträgt hier bereits 20,5 Prozent gegenüber nur 5,1 Prozent in der Industrie. Erstere „planen“ zu rund einem Fünftel aktuell „keinen Einsatz“, während dies ein Drittel der Industrievertreter*innen angeben. Insgesamt scheint die Industrie damit besonders zögerlich. Der festzustellende relative Fortschritt der Dienstleister wird durch die 15,9 Prozent in „Einführung“ Befindlicher unterstützt.

Größere Unternehmen und KMU zeigen kaum relevante Unterschiede. Lediglich bei den in „Einführung“ befindlichen Anwendungen und den „konkreteren Plänen“ liegen jeweils die GU / Konzerne vor den KMU.

Eine breite Nutzung von Plattformen für konfigurierbare Güter dürfte somit noch eine gewisse Zeit auf sich warten lassen. Analog zu den Standard-Kataloggütern kann hier von einer Vorreiterrolle der Dienstleister ausgegangen werden, denen Industrieunternehmen aber zeitnah folgen könnten.

Travel-Dienstleistungen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=185)	22,7%	29,7%	6,5%	6,5%	34,6%
Industrie (n=119)	24,4%	28,6%	4,2%	8,4%	34,5%
Dienstleistung (n=42)	4,8%	35,7%	14,3%	2,4%	42,9%
GU / Konzerne (n=78)	20,5%	19,2%	5,1%	7,7%	47,4%
KMU (n=107)	24,3%	37,4%	7,5%	5,6%	25,2%



Die aktuelle „Nutzungsquote“ bei Plattformen für Travel-Dienstleistungen ist mit nahezu 35 Prozent bereits in einer relevanten Größenordnung. Jeweils 6,5 Prozent sind hier in der „Einführungsphase“ oder haben dafür „konkrete Pläne“. 22,7 Prozent sind dagegen noch zurückhaltend und „planen“ aktuell „keinen Einsatz“.

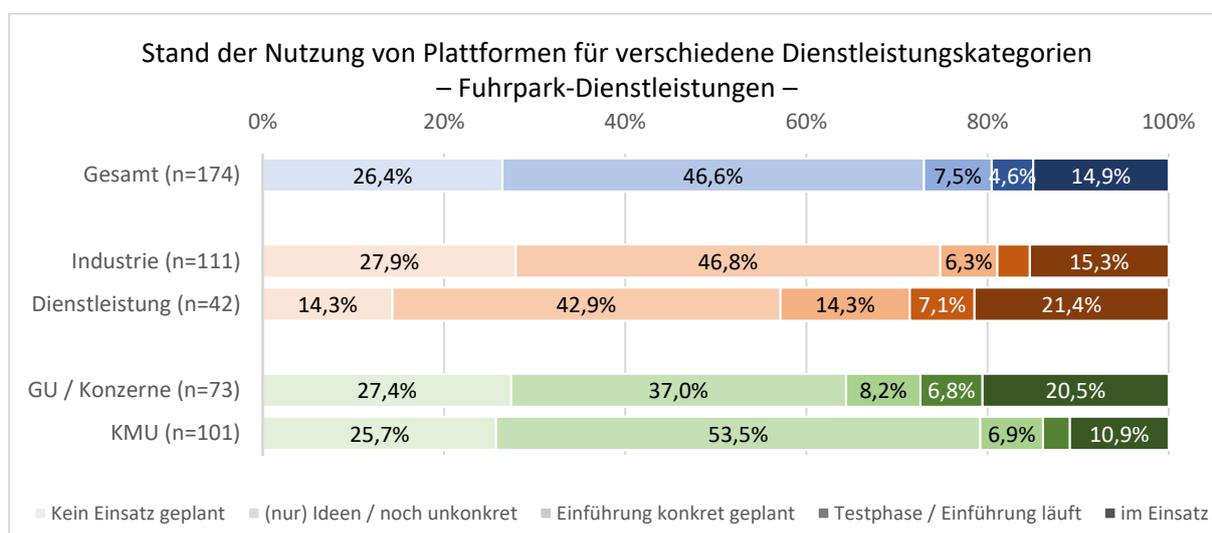
Dienstleister sind mit 42,9 Prozent klar weiter fortgeschritten „in der aktuellen Nutzung“ als die Industrie, die auf 34,5 Prozent kommen. Letztere sind mit 8,4 Prozent häufiger in der „Einführungsphase“ als die Dienstleister (2,4 Prozent), die allerdings mit 14,3 Prozent gegenüber 4,2 Prozent deutlich häufiger angeben, bereits „konkrete Einführungspläne“ zu haben. Aktuell „keine Nutzung“ planen bei den Dienstleistern nur 4,8 Prozent, Industrieunternehmen geben dies dagegen mit 24,4 Prozent viel häufiger an. Damit scheinen auch hier die Dienstleister eine Vorreiterrolle einzunehmen, denen die Industrieunternehmen im Zeitablauf folgen könnten.

GU / Konzerne geben zu 47,4 Prozent an, solche Plattformen bereits „zu nutzen“, bei den KMU nur rund ein Viertel und damit nur gut die Hälfte dieses Werts. Bei den Werten zur „Einführungsphase“ und zur „konkreten Planungsphase“ liegen die KMU nur unwesentlich zurück. Der Wert für die aktuell noch „nicht“ beabsichtigte „Nutzung“ ist mit 24,3 Prozent gegenüber 20,5 Prozent bei den KMU höher.

Insgesamt sind damit die größeren Unternehmen und insbesondere die Dienstleister auf Nachfragerseite Treiber dieser Entwicklung.

Fuhrpark-Dienstleistungen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=174)	26,4%	46,6%	7,5%	4,6%	14,9%
Industrie (n=111)	27,9%	46,8%	6,3%	3,6%	15,3%
Dienstleistung (n=42)	14,3%	42,9%	14,3%	7,1%	21,4%
GU / Konzerne (n=73)	27,4%	37,0%	8,2%	6,8%	20,5%
KMU (n=101)	25,7%	53,5%	6,9%	3,0%	10,9%



Plattformen für Fuhrpark-Dienstleistungen „nutzen“ aktuell knapp 15 Prozent und 4,6 Prozent sind in der „Einführung“, so dass mittelfristig von einem Fünftel Anwender auszugehen ist. Hinzu kommen 7,5 Prozent, die über „konkrete Pläne“ verfügen. Etwas mehr als ein Viertel „planen“ aktuell „keinen Einsatz“.

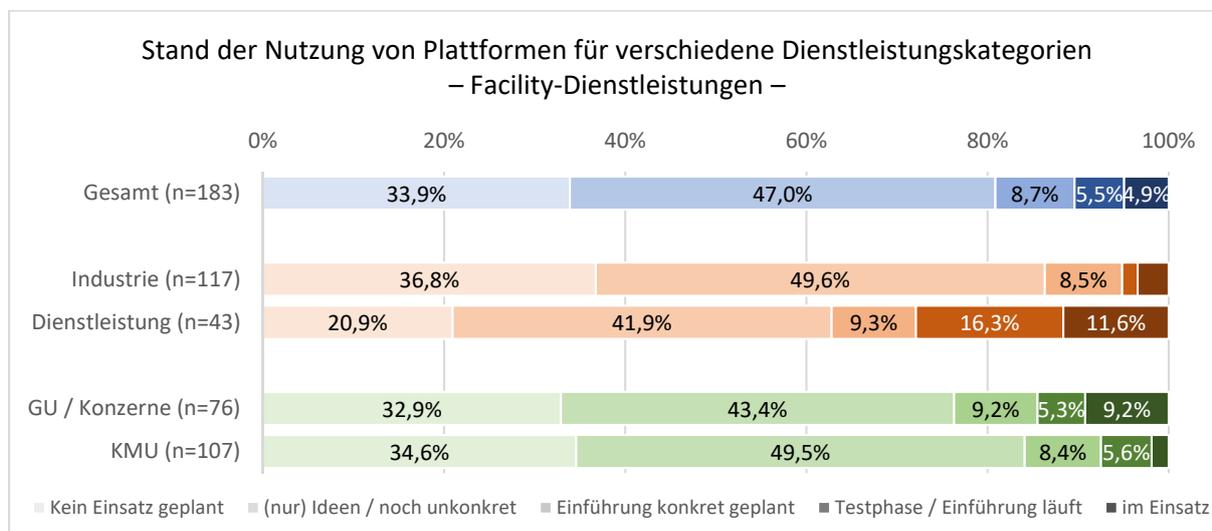
Dienstleister haben mit 21,4 Prozent aktueller „Nutzung“ einen leichten Vorsprung vor der Industrie (15,3 Prozent). Erstere weisen auch summarisch für die „Einführungsphase“ und „konkrete Pläne“ mit gut 20 Prozent einen circa doppelt so hohen Wert auf wie Industrieunternehmen, die auf knapp 10 Prozent kommen. Da Dienstleister zu 14,3 Prozent und damit deutlich seltener als die Industrie mit 27,9 Prozent aktuell „keinen Einsatz“ planen, erweisen sich erstere wiederum als Treiber der Entwicklung.

Die aktuelle „Nutzungsquote“ ist bei den GU / Konzernen mit 20,5 Prozent gegenüber 10,9 Prozent der KMU im direkten Vergleich nahezu doppelt so hoch. Auch sind erstere zu einem höheren Anteil (15 Prozent gegenüber knapp 10 Prozent) summarisch hinsichtlich einer „geplanten“ oder „tatsächlichen Einführung“ fortgeschrittener.

Insgesamt erweisen sich erneut Dienstleister und die größeren Unternehmen hier als fortgeschrittener.

Facility-Dienstleistungen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=183)	33,9%	47,0%	8,7%	5,5%	4,9%
Industrie (n=117)	36,8%	49,6%	8,5%	1,7%	3,4%
Dienstleistung (n=43)	20,9%	41,9%	9,3%	16,3%	11,6%
GU / Konzerne (n=76)	32,9%	43,4%	9,2%	5,3%	9,2%
KMU (n=107)	34,6%	49,5%	8,4%	5,6%	1,9%



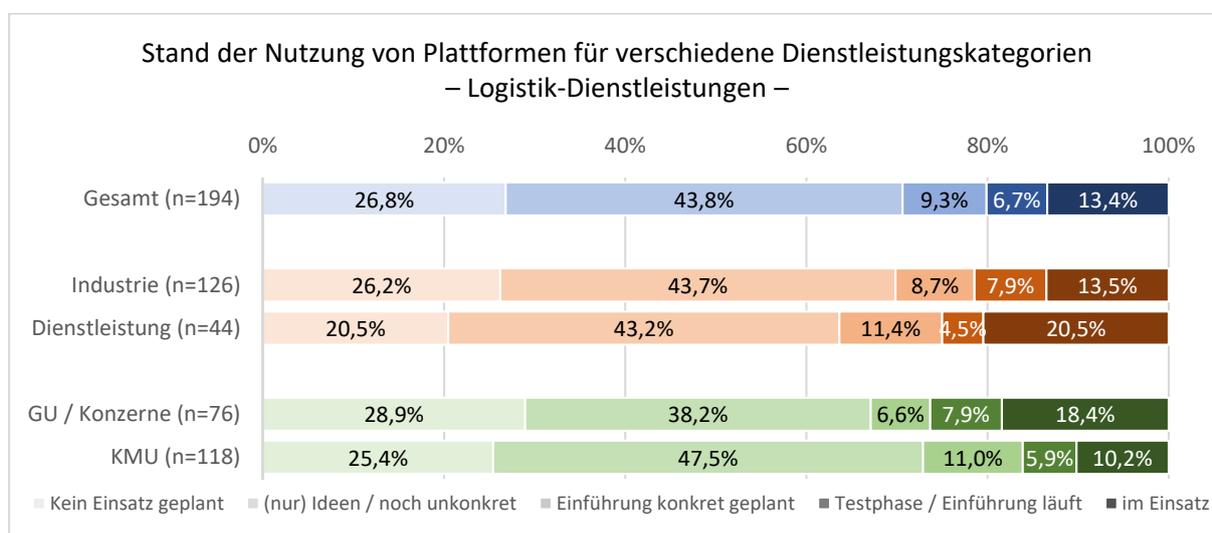
Plattformen für Facility-Dienstleistungen werden erst zu knapp 5 Prozent genutzt, leicht mehr befinden sich in der „Einführungsphase“, so dass hier mittelfristig mit rund 10 Prozent Nutzern zu rechnen ist. Weitere 8,7 Prozent kommen hinzu, die „konkretere Pläne“ hierzu haben. Ein gutes Drittel der Antwortenden plant derzeit „keine Nutzung“. Damit steht die Entwicklung wohl noch weitgehend am Anfang. Dienstleister liegen gegenüber der Industrie sowohl in der „Nutzungsquote“ mit 11,6 Prozent gegenüber 3,4 Prozent und hinsichtlich der „Einführungsphase“ mit 16,3 Prozent zu 1,7 Prozent sehr weit vorn. Der Wert für das Vorliegen „konkreter Pläne“ ist bei den Dienstleistern mit 9,3 Prozent leicht höher als in der Industrie (8,5 Prozent). Zudem ist die Zurückhaltung im Sinne einer aktuell „nicht geplanten Nutzung“ in der Industrie mit 36,8 Prozent deutlich höher als bei den Dienstleistern, die hier auf 20,9 Prozent kommen. Insofern scheinen die Dienstleister allein hier kurzfristig relevante „Nutzungsquoten“ aufzuweisen.

GU / Konzerne sind summarisch hinsichtlich „aktueller Nutzung“, „Einführungsphase“ und „konkreter Pläne“ etwas weiter fortgeschritten als die KMU (23,7 Prozent zu 15,9 Prozent). Dies gilt besonders für die aktuell gegebene „Nutzungsquote“, die mit 9,2 Prozent zwar insgesamt noch relativ gering, jedoch deutlich höher als die 1,9 Prozent bei den KMU ist. Die Quoten für eine aktuell „nicht“ beabsichtigte „Nutzung“ sind dagegen ähnlich und liegen um ein Drittel.

Insgesamt weisen zurzeit damit lediglich Dienstleister einen relevanten Fortschritt in der Nutzung von Plattformen für Facility-Dienstleistungen auf und GU / Konzerne sind stärker vertreten als die auf niedrigem Niveau befindlichen KMU. Die Industrie scheint noch zögerlich zu sein.

Logistik-Dienstleistungen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=194)	26,8%	43,8%	9,3%	6,7%	13,4%
Industrie (n=126)	26,2%	43,7%	8,7%	7,9%	13,5%
Dienstleistung (n=44)	20,5%	43,2%	11,4%	4,5%	20,5%
GU / Konzerne (n=76)	28,9%	38,2%	6,6%	7,9%	18,4%
KMU (n=118)	25,4%	47,5%	11,0%	5,9%	10,2%



Plattformen für Logistik-Dienstleistungen „nutzen“ aktuell 13,4 Prozent, 6,7 Prozent sind in der „Einführung“, so dass mittelfristig von 20 Prozent Anwendern ausgegangen werden kann. Hinzu kommen 9,3 Prozent, die über „konkrete Pläne“ verfügen. 26,8 Prozent „planen“ aktuell „keinen Einsatz“.

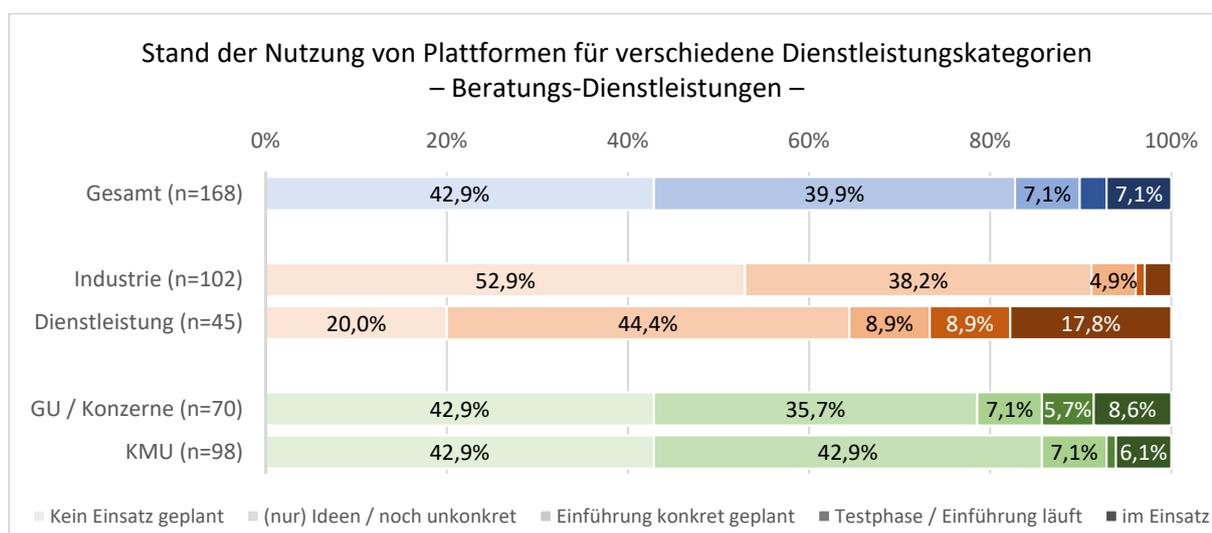
Dienstleister haben mit 20,5 Prozent aktueller „Nutzung“ einen Vorsprung vor der Industrie, die bei 13,5 Prozent liegen. Erstere weisen 4,5 Prozent in der „Einführungsphase“ befindlicher und 11,4 Prozent über „konkrete Pläne“ verfügender Unternehmen auf. In der Industrie sind dies 7,9 Prozent respektive 8,7 Prozent, summarisch mithin nahezu gleich viele. Da Dienstleister zu 20,5 Prozent und damit seltener als die Industrie mit 26,2 Prozent aktuell „keinen Einsatz“ planen, erweisen sich erstere tendenziell als Treiber der Entwicklung.

Die aktuelle „Nutzungsquote“ ist bei den GU / Konzernen mit 18,4 Prozent gegenüber 10,2 Prozent der KMU im direkten Vergleich klar höher. Erstere sind zudem zu einem höheren Anteil (7,9 Prozent) gegenüber 5,9 Prozent in der „Einführungsphase“, dafür liegen bei den KMU mit 11 Prozent häufiger bereits „konkrete Pläne“ vor als bei GU / Konzernen (6,6 Prozent). Aktuell „keinen Einsatz“ planen mehr GU / Konzerne als KMU (28,9 Prozent gegenüber 25,4 Prozent).

Insgesamt erweisen sich Dienstleister und die größeren Unternehmen hier als etwas fortgeschrittener.

Beratungs-Dienstleistungen

	Kein Einsatz geplant	(nur) Ideen / noch unkonkret	Einführung konkret geplant	Testphase / Einführung läuft	im Einsatz
Gesamt (n=168)	42,9%	39,9%	7,1%	3,0%	7,1%
Industrie (n=102)	52,9%	38,2%	4,9%	1,0%	2,9%
Dienstleistung (n=45)	20,0%	44,4%	8,9%	8,9%	17,8%
GU / Konzerne (n=70)	42,9%	35,7%	7,1%	5,7%	8,6%
KMU (n=98)	42,9%	42,9%	7,1%	1,0%	6,1%



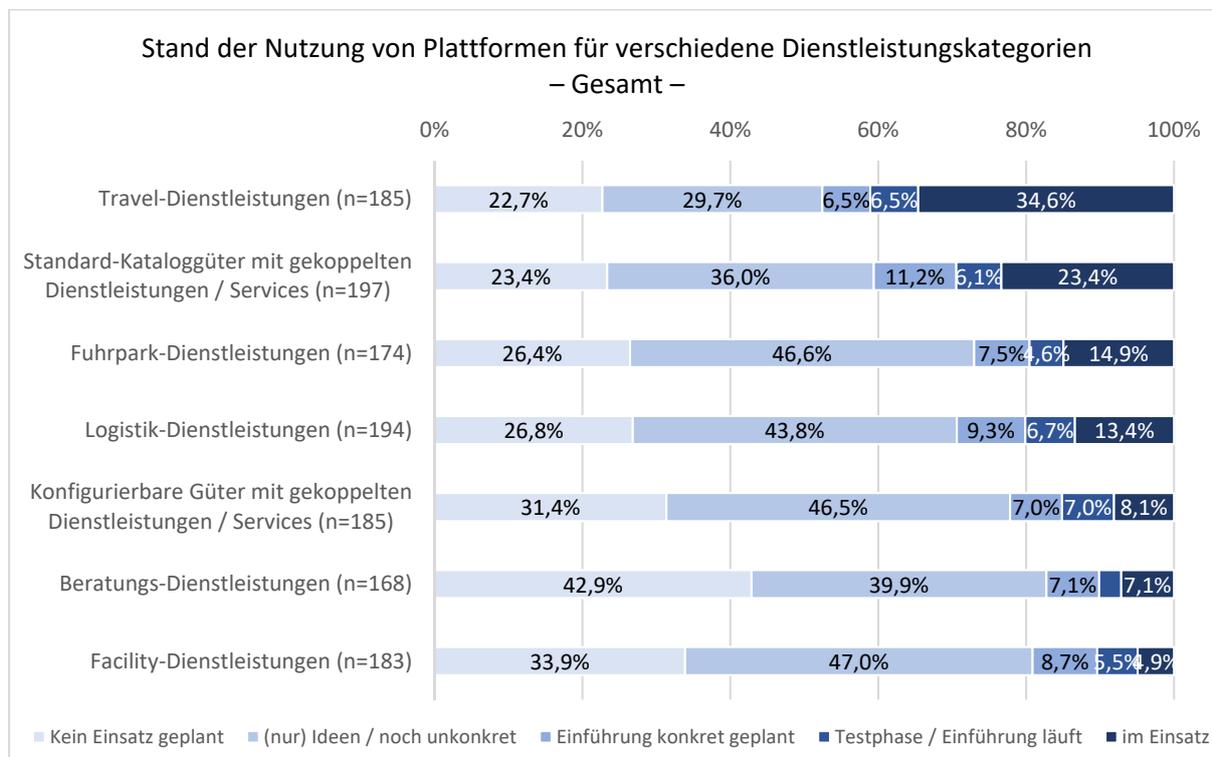
Plattformen für Beratungs-Dienstleistungen werden erst zu 7,1 Prozent genutzt, lediglich 3 Prozent befinden sich in der „Einführungsphase“, so dass hier mittelfristig mit rund 10 Prozent Nutzern zu rechnen ist, zu denen weitere 7,1 Prozent hinzukommen, die „konkretere Pläne“ hierzu haben. Rund 43 Prozent der Antwortenden planen derzeit „keine Nutzung“. Damit steht die Entwicklung wohl noch weitgehend am Anfang.

Dienstleister liegen gegenüber der Industrie sowohl in der „Nutzungsquote“ mit 17,8 Prozent gegenüber knapp 3 Prozent als auch hinsichtlich der „Einführungsphase“ mit 8,9 Prozent zu 1 Prozent deutlich vorn. Der Wert für das Vorliegen „konkreter Pläne“ ist bei den Dienstleistern mit 8,9 Prozent klar höher als in der Industrie (4,9 Prozent). Zudem ist die Zurückhaltung im Sinne einer aktuell „nicht geplanten Nutzung“ in der Industrie mit 52,9 Prozent deutlich höher als bei den Dienstleistern, die hier auf 20 Prozent kommen. Insofern scheinen die Dienstleister allein hier kurzfristig relevante Nutzungsquoten aufzuweisen.

GU / Konzerne sind summarisch hinsichtlich aktueller „Nutzung“, „Einführungsphase“ und „konkreter Pläne“ etwas weiter fortgeschritten als die KMU (21,4 Prozent zu 14,2 Prozent). Die Quoten für eine aktuell „nicht beabsichtigte Nutzung“ sind mit knapp 43 Prozent identisch für beide Gruppen.

Insgesamt scheinen aktuell damit Dienstleister Treiber der Nutzung von Plattformen für Facility-Dienstleistungen zu sein, wobei GU / Konzerne etwas fortgeschrittener sind als KMU.

Gesamtüberblick zum Nutzungsstand von Plattformen für Dienstleistungen



Im direkten Vergleich liegen Plattformen für Travel-Dienstleistungen deutlich vor den anderen Lösungen. Dies gilt für die aktuelle „Nutzungsquote“ in Höhe von 34,6 Prozent sowie den Prozentsatz derer, die zurzeit noch „keine Nutzung“ planen (22,7 Prozent). An zweiter Stelle folgen Plattformen für Standard-Kataloggüter mit gekoppelten Dienstleistungen, die auf 23,4 Prozent aktueller „Nutzungsquote“ und 23,4 Prozent aktueller Nichtnutzung kommen. Ähnliche Werte ergeben sich für die dahinter platzierten Plattformen für Fuhrpark- und für Logistik-Dienstleistungen. Plattformen für konfigurierbare Güter mit verbundenen Dienstleistungen und für Beratungs-Dienstleistungen fallen vergleichsweise ebenso zurück wie die die geringste aktuelle „Nutzungsquote“ aufweisenden Plattformen für Facility-Dienstleistungen.

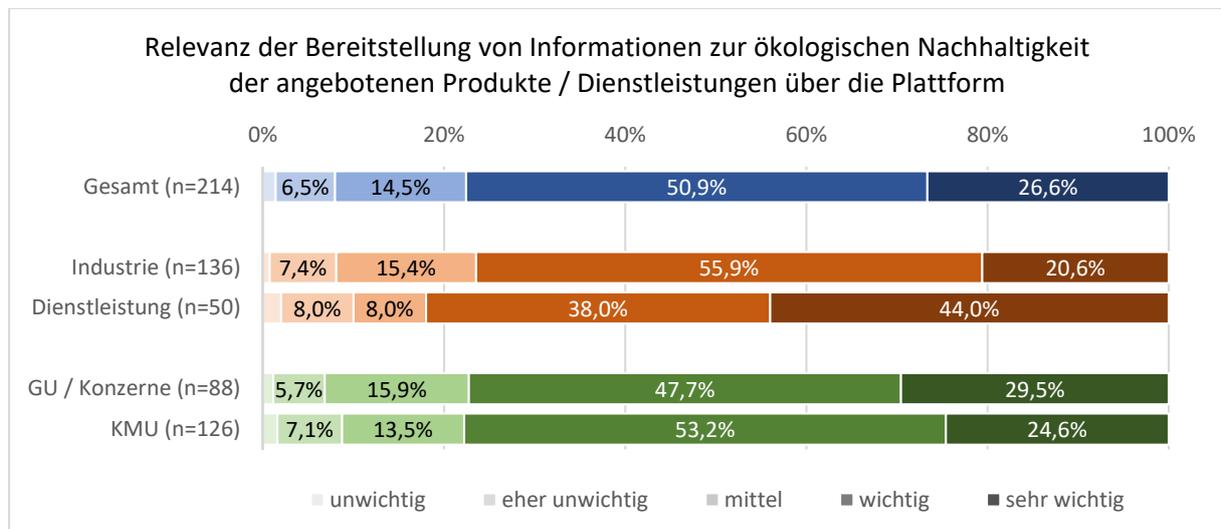
Bei allen Bewertungen ist zu beachten, dass die Fortschritte der Dienstleister in der Regel erheblich größer sind als in der Industrie, so dass die Mittelwerte über alle Sektoren nur eine Orientierungsgröße sein können. Angesichts der typischen Vorreiterrolle der Dienstleister in Sachen digitale Anwendungen kann gemutmaßt werden, dass die anderen Sektoren und insbesondere die Industrie hier alsbald nachziehen wird. Zudem ist die Nutzung von mehr oder weniger öffentlichen Plattformen für einige Anwendungsbereiche neuer als für andere, so dass die Entwicklung hier fast zwangsläufig noch nicht so weit fortgeschritten sein kann. Zudem ist zu beachten, dass die traditionelle Organisation der Beschaffung bestimmter Gütergruppen unterschiedlich ausgeprägt ist. Insbesondere dort, wo durch Plattformen mehr Effizienz und mehr Wettbewerb generiert und gleichzeitig eventuell die Verantwortung der Einkaufsabteilung im jeweiligen Beschaffungsprozess gestärkt wird, sind parallele Änderungen hinsichtlich interner Organisation und Verantwortung erforderlich, die oftmals zu Verzögerungen bei der Adaption entsprechender digitaler Lösungen führen.

b) Nachhaltigkeit auf Plattformen

Der Begriff Nachhaltigkeit vereint die drei Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie, wobei die Gewichtung dieser Faktoren situationsabhängig und individuell unterschiedlich ausfallen kann. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird Nachhaltigkeit am häufigsten mit der ökologischen Komponente verbunden, wobei zunehmend auch soziale Aspekte einbezogen werden. In dieser Studie wurde nicht das Zusammenwirken dieser drei Faktoren thematisiert, sondern wir wollten wissen, inwiefern einerseits ökologische und andererseits soziale Nachhaltigkeitsinformationen für die Beschaffenden von Bedeutung sind. Dies haben wir auf Informationen zum einen zu den zu beschaffenden Produkten und Dienstleistungen und zum anderen zu den Anbietern bezogen. In diesem Abschnitt der Studie beziehen sich die Fragen auf Angebote und Anbieter, die über Plattformen bereitgestellt werden bzw. auf diesen vertreten sind. Dies erschien uns von besonderem Interesse, da Internet-Plattformen zumindest aus dem B2C-Bereich für scharfen Preiswettbewerb und eher nicht für ökologische und soziale Nachhaltigkeit bekannt sind.

(15) Wie wichtig ist für Sie in näherer Zukunft, dass Informationen zur ökologischen Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte / Dienstleistungen über die Plattform bereitgestellt werden?

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=214)	1,4%	6,5%	14,5%	50,9%	26,6%
Industrie (n=136)	0,7%	7,4%	15,4%	55,9%	20,6%
Dienstleistung (n=50)	2,0%	8,0%	8,0%	38,0%	44,0%
GU / Konzerne (n=88)	1,1%	5,7%	15,9%	47,7%	29,5%
KMU (n=126)	1,6%	7,1%	13,5%	53,2%	24,6%



Die Bereitstellung von ökologischen Nachhaltigkeitsinformationen zu auf Plattformen angebotenen Gütern und Dienstleistungen halten 26,6 Prozent für „sehr wichtig“ und 50,9 Prozent für „wichtig“. Damit übertrifft die Bewertung im Wichtigkeitsbereich summarisch klar die Marke von drei Vierteln aller Antwortenden. Mit 1,4 Prozent gibt es kaum Antwortende, die dies für „unwichtig“ halten und lediglich 6,5 Prozent votieren mit „eher unwichtig“.

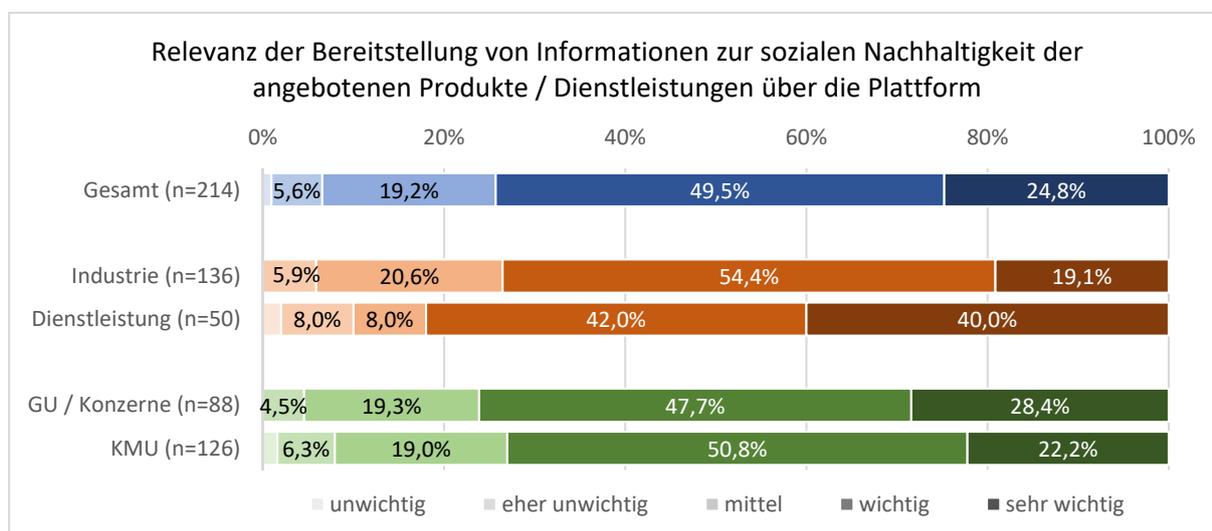
Für Dienstleister sind die Informationen zu ökologischen Eigenschaften sogar zu 44 Prozent „sehr wichtig“ und zu 38 Prozent „wichtig“, so dass sich summarisch 82 Prozent ergeben. Bei Industrieunternehmen fallen die entsprechenden Werte mit 20,6 Prozent und 55,9 Prozent summarisch etwas geringer und etwas weniger betont hinsichtlich des Wichtigkeitsgrades aus. Für beide Sektoren ist aber eine klare Positionierung pro ökologischen Nachhaltigkeitsinformationen zu den angebotenen Produkten und Dienstleistungen festzustellen.

Unterschiede zwischen GU / Konzernen und KMU resultieren primär aus der etwas häufigeren Bewertung mit „sehr wichtig“ bei den Großunternehmen (29,5 Prozent gegenüber 24,6 Prozent bei den KMU).

Damit liegt insgesamt ein klares Votum für die Bereitstellung ökologischer Nachhaltigkeitsinformationen zu den angebotenen Produkten und Dienstleistungen auf Plattformen vor.

(16) Wie wichtig ist für Sie in näherer Zukunft, dass Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte / Dienstleistungen über die Plattform bereitgestellt werden?

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=214)	0,9%	5,6%	19,2%	49,5%	24,8%
Industrie (n=136)	0,0%	5,9%	20,6%	54,4%	19,1%
Dienstleistung (n=50)	2,0%	8,0%	8,0%	42,0%	40,0%
GU / Konzerne (n=88)	0,0%	4,5%	19,3%	47,7%	28,4%
KMU (n=126)	1,6%	6,3%	19,0%	50,8%	22,2%



Die Bereitstellung von sozialen Nachhaltigkeitsinformationen zu auf Plattformen angebotenen Gütern und Dienstleistungen halten rund ein Viertel für „sehr wichtig“ und knapp die Hälfte für „wichtig“. Damit entspricht die Bewertung im Wichtigkeitsbereich summarisch rund dem Wert von drei Vierteln aller Antwortenden. Mit nur knapp einem Prozent gibt es kaum Antwortende, die dies für „unwichtig“ halten und knapp 6 Prozent stimmen mit „eher unwichtig“.

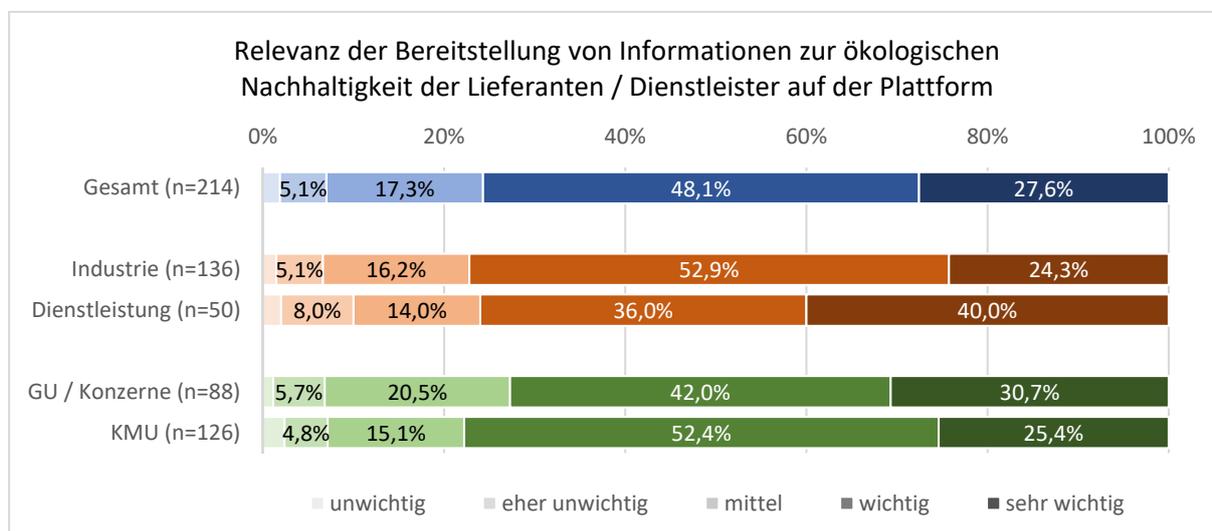
Für Dienstleister sind die Informationen zu sozialen Eigenschaften sogar zu 40 Prozent „sehr wichtig“ und zu 42 Prozent „wichtig“, so dass sich summarisch 82 Prozent ergeben. Bei Industrieunternehmen fallen die entsprechenden Werte mit 19,1 Prozent und 54,4 Prozent summarisch ebenfalls deutlich aus. Für beide Sektoren ist klar der Wunsch nach sozialen Nachhaltigkeitsinformationen zu den auf Plattformen angebotenen Produkten und Dienstleistungen festzustellen.

Unterschiede zwischen GU / Konzernen und KMU resultieren vor allem aus der etwas häufigeren Bewertung mit „sehr wichtig“ bei den Großunternehmen (28,4 Prozent zu 22,2 Prozent bei den KMU).

Damit liegt insgesamt ein klares Votum für die Bereitstellung sozialer Nachhaltigkeitsinformationen zu den angebotenen Produkten und Dienstleistungen auf Plattformen vor.

(17) Wie wichtig ist für Sie in näherer Zukunft, dass Informationen zur ökologischen Nachhaltigkeit der Lieferanten / Dienstleister auf der Plattform vorhanden sind?

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=214)	1,9%	5,1%	17,3%	48,1%	27,6%
Industrie (n=136)	1,5%	5,1%	16,2%	52,9%	24,3%
Dienstleistung (n=50)	2,0%	8,0%	14,0%	36,0%	40,0%
GU / Konzerne (n=88)	1,1%	5,7%	20,5%	42,0%	30,7%
KMU (n=126)	2,4%	4,8%	15,1%	52,4%	25,4%



Die Bereitstellung von ökologischen Nachhaltigkeitsinformationen zu den auf Plattformen aktiven Anbietern halten 27,6 Prozent für „sehr wichtig“ und 48,1 Prozent für „wichtig“. Damit übertrifft die Bewertung im Wichtigkeitsbereich summarisch die Marke von drei Vierteln aller Antwortenden. Mit knapp 2 Prozent gibt es kaum Antwortende, die dies für „unwichtig“ halten und lediglich gut 5 Prozent votieren mit „eher unwichtig“.

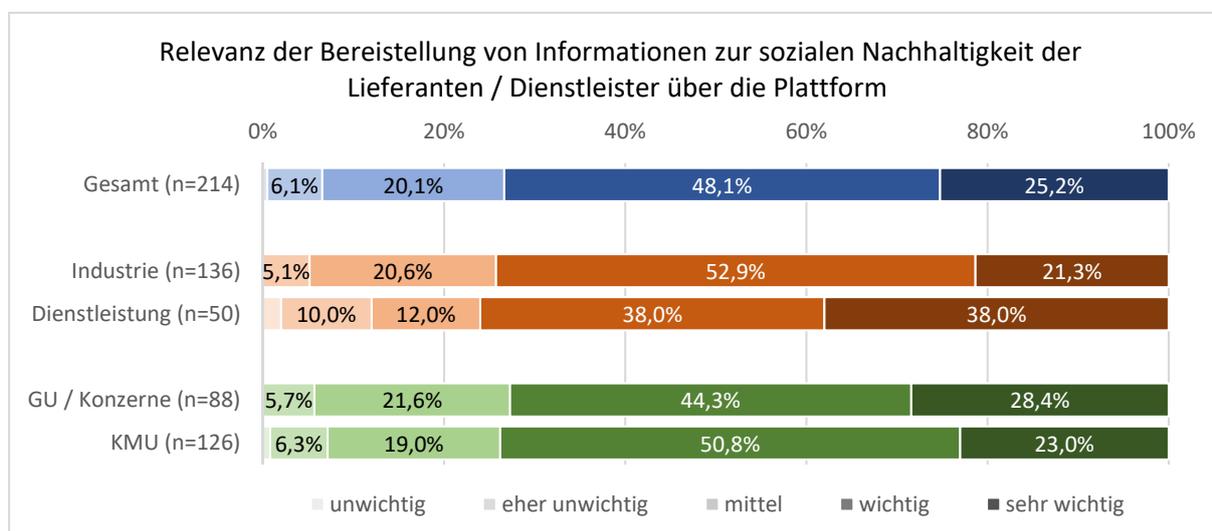
Für Dienstleister sind die Informationen zu ökologischen Eigenschaften zu 40 Prozent „sehr wichtig“ und zu 36 Prozent „wichtig“. Bei Industrieunternehmen fallen die entsprechenden Werte mit 24,3 Prozent und 52,9 Prozent summarisch sogar höher aus, jedoch etwas weniger stark hinsichtlich der angegebenen Wichtigkeit. Für beide Sektoren ist damit eine klare Positionierung pro ökologischen Nachhaltigkeitsinformationen zu den Anbietern auf Plattformen festzustellen.

GU / Konzerne geben zu 30,7 Prozent eine Bewertung mit „sehr wichtig“ und zu 42 Prozent mit „wichtig“ ab. KMU votieren vergleichsweise weniger stark (25,4 Prozent) mit „wichtig“, dafür klar häufiger mit „wichtig“ (52,4 Prozent), so dass diese hier summarisch leicht vor den Großunternehmen liegen.

Damit liegt insgesamt ein klares Votum für die Bereitstellung ökologischer Nachhaltigkeitsinformationen zu den Anbietern auf Plattformen vor.

(18) Wie wichtig ist für Sie in näherer Zukunft, dass Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit der Lieferanten / Dienstleister über die Plattform bereitgestellt werden?

	unwichtig	eher unwichtig	mittel	wichtig	sehr wichtig
Gesamt (n=214)	0,5%	6,1%	20,1%	48,1%	25,2%
Industrie (n=136)	0,0%	5,1%	20,6%	52,9%	21,3%
Dienstleistung (n=50)	2,0%	10,0%	12,0%	38,0%	38,0%
GU / Konzerne (n=88)	0,0%	5,7%	21,6%	44,3%	28,4%
KMU (n=126)	0,8%	6,3%	19,0%	50,8%	23,0%



Die Bereitstellung von sozialen Nachhaltigkeitsinformationen zu den Anbietern auf Plattformen halten rund ein Viertel für „sehr wichtig“ und nahezu die Hälfte für „wichtig“. Damit entspricht die Bewertung im Wichtigkeitsbereich summarisch rund dem Wert von drei Vierteln aller Antwortenden. Mit nur 0,5 Prozent gibt es kaum Antwortende, die dies für „unwichtig“ halten und rund 6 Prozent stimmen mit „eher unwichtig“.

Für Dienstleister sind die Informationen zu sozialen Eigenschaften zu jeweils 38 Prozent „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Bei Industrieunternehmen fällt die Bewertung mit „sehr wichtig“ nur zu 21,3 Prozent aus, mit „wichtig“ zu knapp 53 Prozent. Summarisch liegen beide Sektoren hier nah beieinander, so dass ein deutlicher Wunsch nach sozialen Nachhaltigkeitsinformationen zu den auf Plattformen aktiven Anbietern konstatiert werden kann.

Die Unterschiede zwischen GU / Konzernen und KMU sind nicht sehr groß. GU / Konzerne votieren mit 28,4 Prozent gegenüber 23 Prozent bei den KMU etwas häufiger mit „sehr wichtig“, letztere dafür mit 50,8 Prozent häufiger als GU / Konzerne (44,3 Prozent) mit „wichtig“.

Damit liegt insgesamt ein klares Votum für die Bereitstellung sozialer Nachhaltigkeitsinformationen zu den auf Plattformen aktiven Anbietern vor.

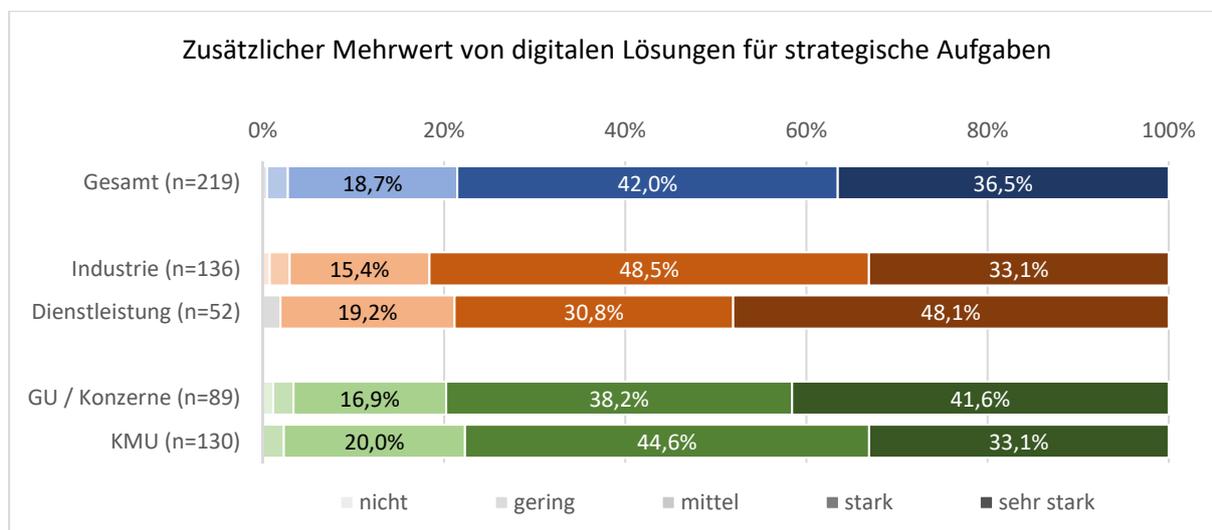
D. Einsatz und Bedeutung digitaler Lösungen und Zukunft des Einkaufs

Da ein zunehmender Einsatz fortgeschrittener digitaler Lösungen im Einkauf und hier insbesondere auch für strategische Aufgaben sowohl das Aufgabenprofil als auch die Effizienz und Effektivität sowie nachfolgend die Rolle des Einkaufs verändern dürfte, wollten wir wissen, inwieweit durch den Einsatz der Tools und Plattformen ein zusätzlicher Mehrwert gesehen wird, welche Hemmschuhe bei dem Einsatz dieser Anwendungen vorliegen und wie sich dies alles in der eigenen Einschätzung auf die zukünftige Bedeutung und die Rolle des Einkaufs im Unternehmen auswirkt.

a) Einsatz digitaler Software-Lösungen

(19) In welchem Umfang sehen Sie einen zusätzlichen Mehrwert von digitalen Lösungen für strategische Aufgaben?

	nicht	gering	mittel	stark	sehr stark
Gesamt (n=219)	0,5%	2,3%	18,7%	42,0%	36,5%
Industrie (n=136)	0,7%	2,2%	15,4%	48,5%	33,1%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	1,9%	19,2%	30,8%	48,1%
GU / Konzerne (n=89)	1,1%	2,2%	16,9%	38,2%	41,6%
KMU (n=130)	0,0%	2,3%	20,0%	44,6%	33,1%



Der Mehrwert der fortgeschrittenen digitalen Lösungen für strategische Aufgaben im Einkauf wird zu 36,5 Prozent mit „sehr stark“ und zu 42 Prozent mit „stark“ angegeben. Summarisch gehen also fast 80 Prozent davon aus, von diesen Systemen klar profitieren zu können. Nur ein halbes Prozent sehen keinen und lediglich 2,3 Prozent nur einen „geringen Mehrwert“.

Die Sektoren Industrie und Dienstleistung votieren summarisch ähnlich positiv mit einem leicht höheren Gesamtwert in der Industrie. Allerdings stimmen gut 48 Prozent der Dienstleister gegenüber nur rund 33 Prozent der Industrieunternehmen mit „sehr wichtig“, so dass sich erstere hiervon insgesamt stärkere Mehrwerte versprechen.

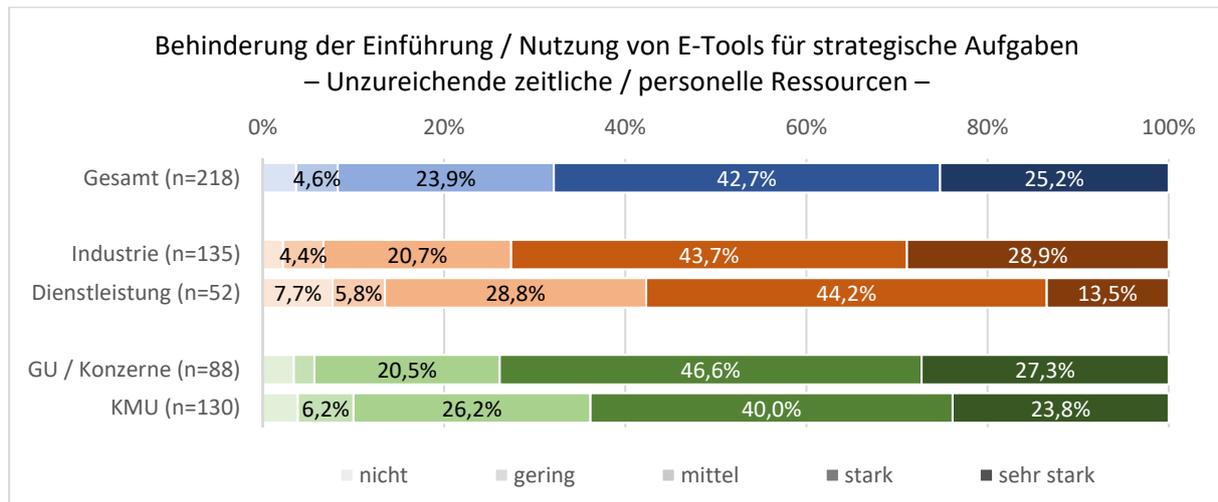
Ähnliches gilt für den Vergleich von GU / Konzernen und KMU. Erstere votieren mit 41,6 Prozent für „sehr stark“, letztere zu 33,1 Prozent. Bei der Bewertung mit „stark“ liegen KMU (44,6 Prozent) vor den Großunternehmen (38,2 Prozent).

Bei beiden Sektoren und unabhängig von der Unternehmensgröße wird damit der Einsatz fortgeschrittener digitaler Tools und Plattformen als eindeutig mehrwerthaltig für den strategischen Einkauf gesehen.

(20) In welchem Umfang wird die Einführung / Nutzung von E-Tools für strategische Aufgaben behindert?

Unzureichende zeitliche / personelle Ressourcen

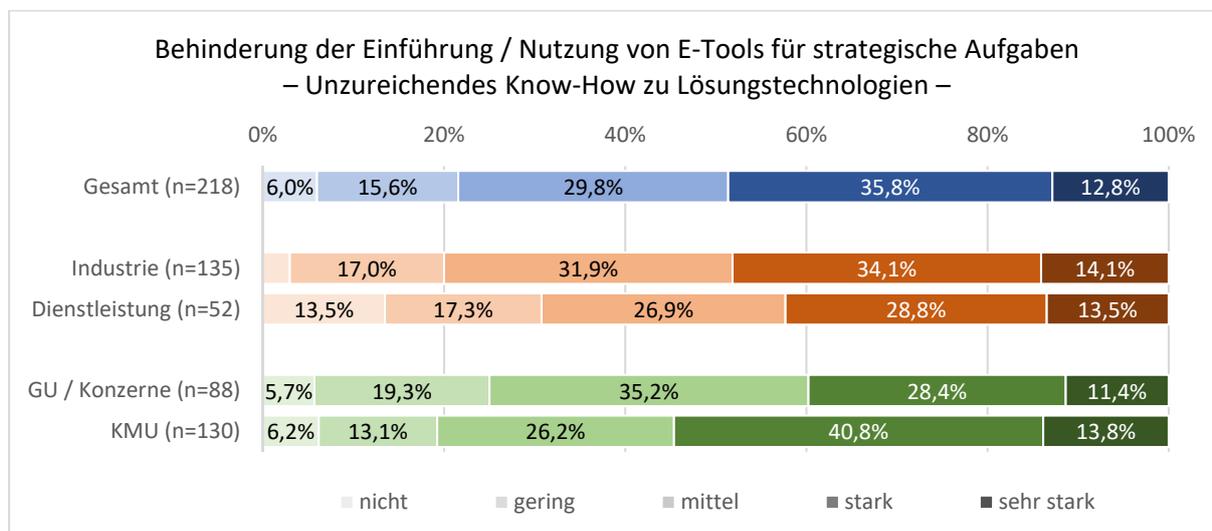
	nicht	gering	mittel	stark	sehr stark
Gesamt (n=218)	3,7%	4,6%	23,9%	42,7%	25,2%
Industrie (n=135)	2,2%	4,4%	20,7%	43,7%	28,9%
Dienstleistung (n=52)	7,7%	5,8%	28,8%	44,2%	13,5%
GU / Konzerne (n=88)	3,4%	2,3%	20,5%	46,6%	27,3%
KMU (n=130)	3,8%	6,2%	26,2%	40,0%	23,8%



Die **unzureichenden personellen und / oder zeitlichen Ressourcen** sind klar der Hauptgrund, warum als relevant und vorteilhaft erachtete Lösungen nicht oder nicht schnell genug eingeführt werden. Hier liegen die Voten bei 25,2 Prozent für „sehr stark“ und bei 42,7 Prozent für „stark“. Summarisch sind dies fast 68 Prozent, die hier im Voranschreiten blockiert werden. Wie der Tabelle und der zugehörigen Darstellung zu entnehmen ist, haben die Industrieunternehmen (28,9 Prozent „sehr stark“ und 43,7 Prozent „stark“) im Vergleich zu den Dienstleistern (13,5 Prozent und 44,2 Prozent) sowie die GU / Konzerne (27,3 Prozent und 46,6 Prozent) gegenüber den KMU (23,8 Prozent und 40 Prozent) diesbezüglich jeweils deutlich größere Probleme.

Unzureichendes Know-how zu Lösungstechnologien

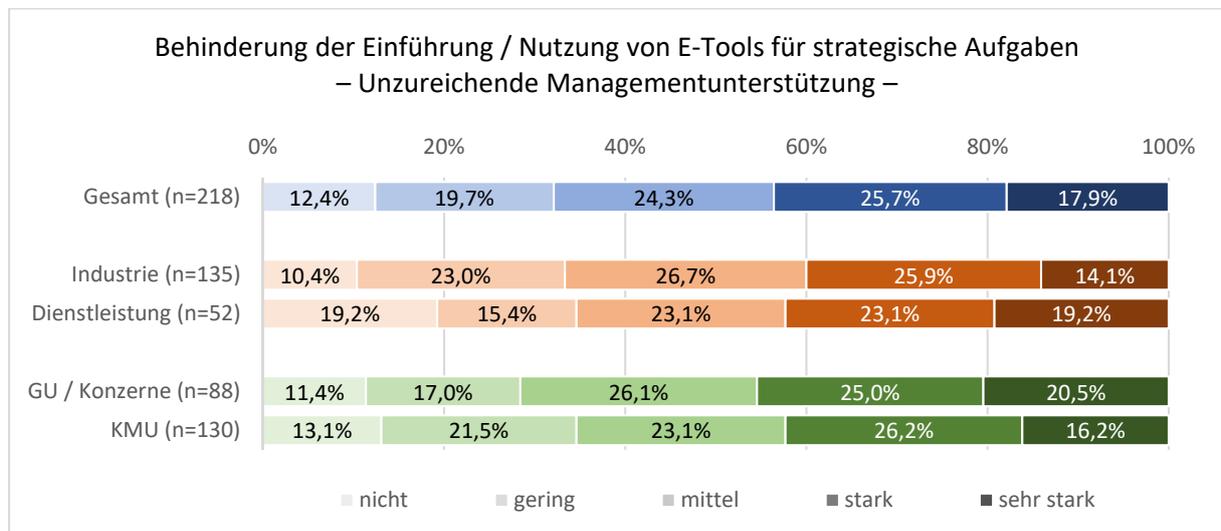
	nicht	gering	mittel	stark	sehr stark
Gesamt (n=218)	6,0%	15,6%	29,8%	35,8%	12,8%
Industrie (n=135)	3,0%	17,0%	31,9%	34,1%	14,1%
Dienstleistung (n=52)	13,5%	17,3%	26,9%	28,8%	13,5%
GU / Konzerne (n=88)	5,7%	19,3%	35,2%	28,4%	11,4%
KMU (n=130)	6,2%	13,1%	26,2%	40,8%	13,8%



An zweiter Stelle der Hinderungsgründe liegt summarisch gesehen das **unzureichende Know-how zu Lösungstechnologien**. Zwar schätzen dies „nur“ 12,8 Prozent als „sehr starken“ Grund ein, allerdings bewerten dies weitere 35,8 Prozent mit „stark“, so dass sich hieraus in Summe 48,6 Prozent ergeben. Dienstleister sehen diesen Know-how-Mangel etwas seltener als relevant an als Industrieunternehmen. Dagegen ist dieser in KMU deutlich ausgeprägter als in GU / Konzernen, was kaum verwundern dürfte.

Unzureichende Managementunterstützung

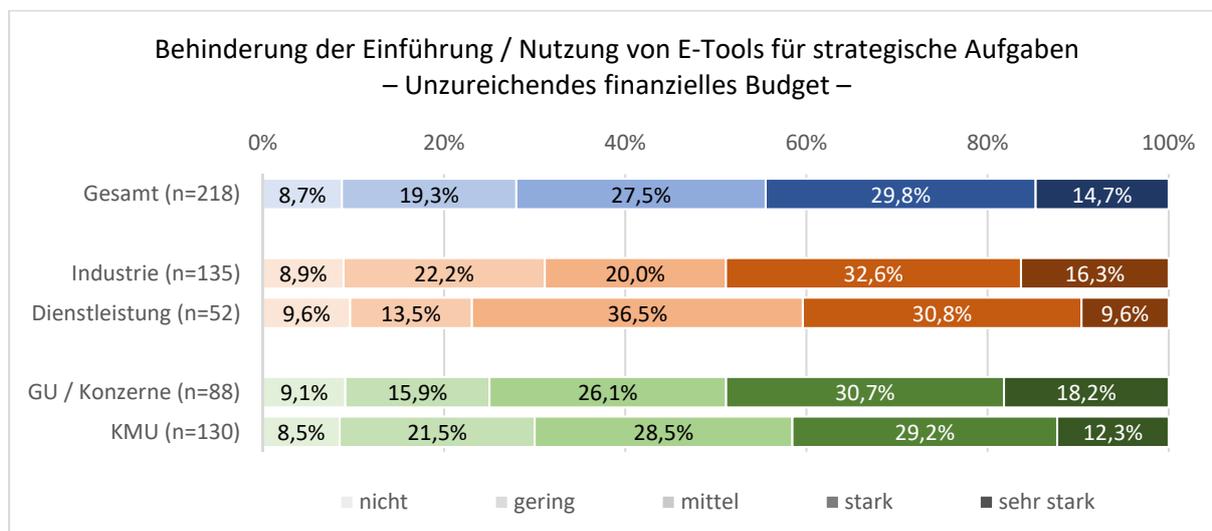
	nicht	gering	mittel	stark	sehr stark
Gesamt (n=218)	12,4%	19,7%	24,3%	25,7%	17,9%
Industrie (n=135)	10,4%	23,0%	26,7%	25,9%	14,1%
Dienstleistung (n=52)	19,2%	15,4%	23,1%	23,1%	19,2%
GU / Konzerne (n=88)	11,4%	17,0%	26,1%	25,0%	20,5%
KMU (n=130)	13,1%	21,5%	23,1%	26,2%	16,2%



Die anderen drei zur Auswahl gestellten Hinderungsgründe liegen in der summarischen Bewertung mit „stark“ bzw. „sehr stark“ quasi gleichauf bei etwas unter 45 Prozent. Die höchste Bewertung von diesen drei Antwortkategorien im Bereich „sehr stark“ findet sich bei der **mangelnden Managementunterstützung** mit knapp 18 Prozent. 25,7 Prozent geben dies als „starken“ Grund an. In der Industrie fällt dieser Wert mit 14,1 Prozent niedriger aus als bei den Dienstleistern mit 19,2 Prozent und in Großunternehmen mit 20,5 Prozent höher als in KMU mit 16,2 Prozent.

Unzureichendes finanzielles Budget

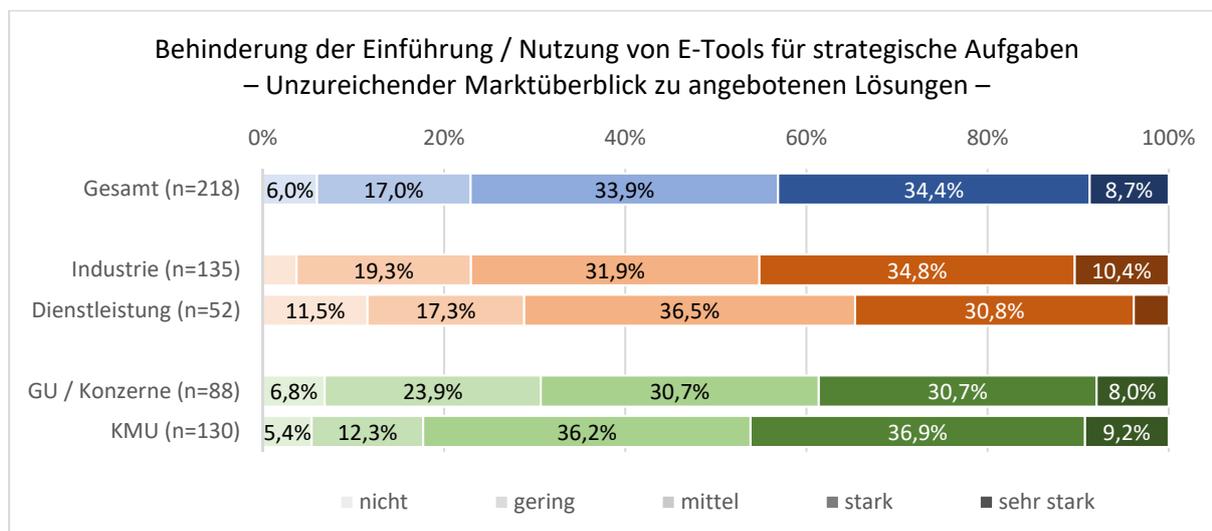
	nicht	gering	mittel	stark	sehr stark
Gesamt (n=218)	8,7%	19,3%	27,5%	29,8%	14,7%
Industrie (n=135)	8,9%	22,2%	20,0%	32,6%	16,3%
Dienstleistung (n=52)	9,6%	13,5%	36,5%	30,8%	9,6%
GU / Konzerne (n=88)	9,1%	15,9%	26,1%	30,7%	18,2%
KMU (n=130)	8,5%	21,5%	28,5%	29,2%	12,3%



Der Hinderungsgrund eines **unzureichenden finanziellen Budgets** wird von 14,7 Prozent mit „sehr stark“ bewertet. Industrieunternehmen fühlen sich hier stärker betroffen (16,3 Prozent für „sehr stark“ und 32,6 Prozent für „stark“) als Dienstleister (9,6 Prozent und 30,8 Prozent). In ähnlicher Weise gilt dies für GU / Konzerne (18,2 Prozent und 30,7 Prozent) gegenüber KMU (12,3 Prozent und 29,2 Prozent).

Unzureichender Marktüberblick zu angebotenen Lösungen

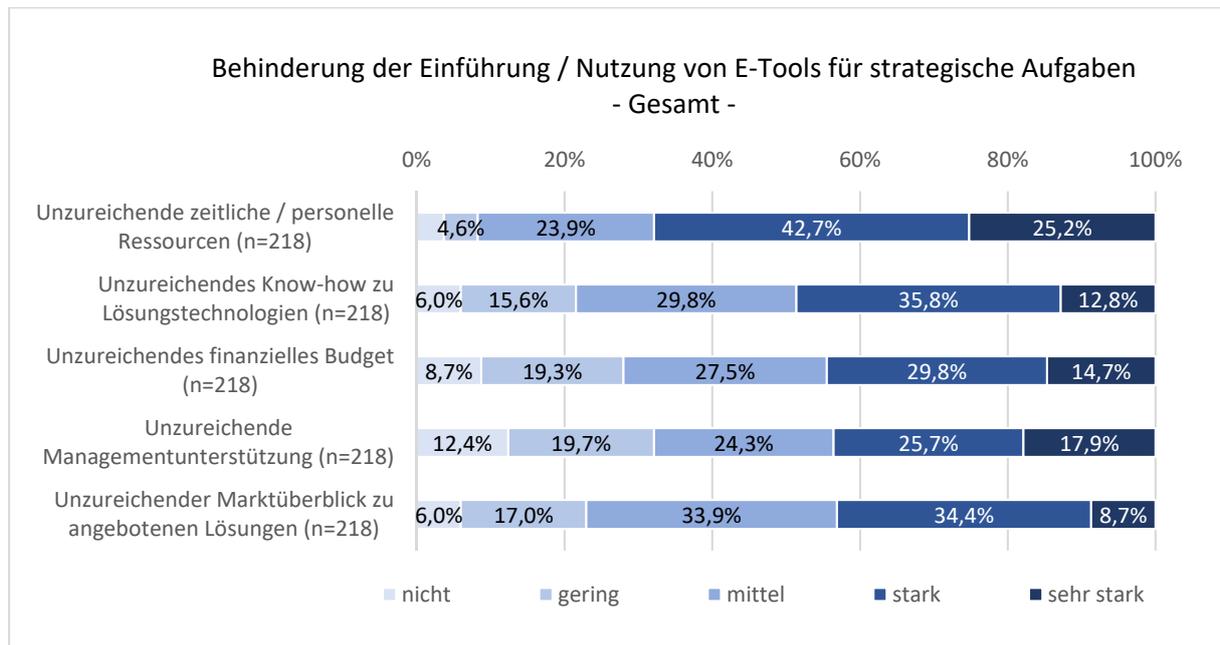
	nicht	gering	mittel	stark	sehr stark
Gesamt (n=218)	6,0%	17,0%	33,9%	34,4%	8,7%
Industrie (n=135)	3,7%	19,3%	31,9%	34,8%	10,4%
Dienstleistung (n=52)	11,5%	17,3%	36,5%	30,8%	3,8%
GU / Konzerne (n=88)	6,8%	23,9%	30,7%	30,7%	8,0%
KMU (n=130)	5,4%	12,3%	36,2%	36,9%	9,2%



Der am vergleichsweise geringsten, aber immer noch als signifikant bewertete Hinderungsgrund ist ein **unzureichender Marktüberblick zu den angebotenen Lösungen**. Zwar geben diesen lediglich 8,7 Prozent als „sehr starken“ und weitere 34,4 Prozent als „starken“ Grund an, mit der Einführung solcher Lösungen nicht bereits weiter fortgeschritten zu sein. Die Industrie gibt dies deutlich häufiger als Hinderungsgrund an als die Dienstleister (summarisch 45,2 Prozent gegenüber 34,6 Prozent). In ähnlicher Weise sind hiervon KMU stärker betroffen als GU / Konzerne.

Das nachfolgende Diagramm gibt noch einmal einen Überblick zur Gesamtbewertung der einzelnen Hinderungsgründe.

Gesamtüberblick der Hinderungsgründe



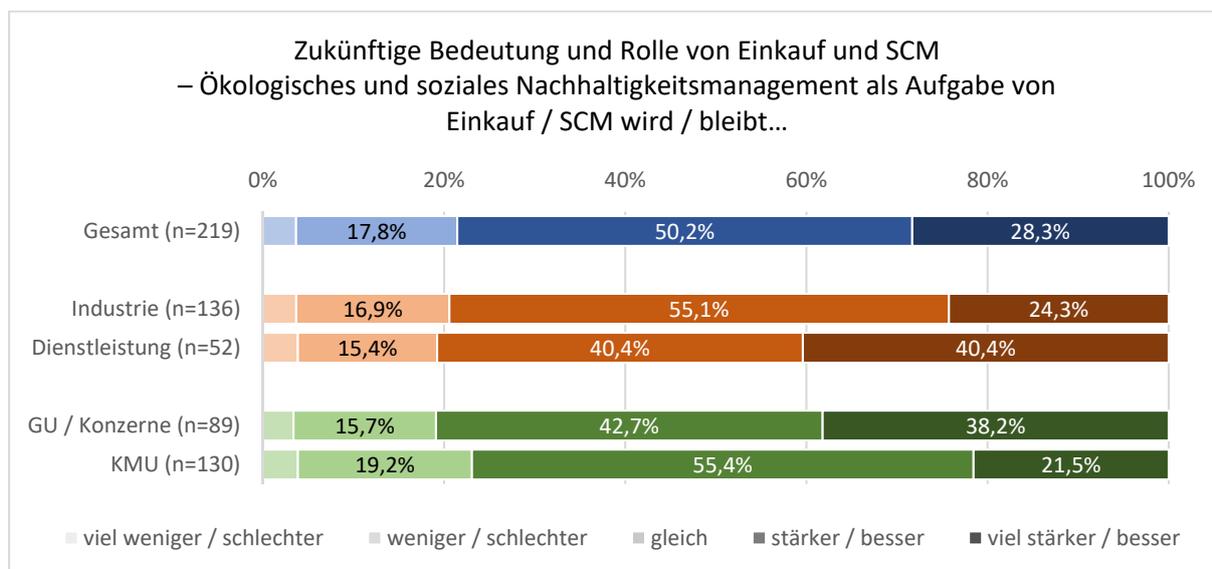
Es wird deutlich, dass die unzureichenden zeitlichen und personellen Ressourcen mit summarisch knapp 68 Prozent für „stark“ und „sehr stark“ den Haupthinderungsgrund darstellen. Mit deutlichem Abstand, aber in immerhin noch fast von der Hälfte der Antwortenden angegeben, folgt das unzureichende Wissen zu den bestehenden Lösungstechnologien. Die weiteren drei abgefragten Ursachen „unzureichendes finanzielles Budget“, „unzureichende Managementunterstützung“ und „unzureichender Marktüberblick“ liegen summarisch für die Bewertungen im „starken“ Bereich nahezu gleichauf zwischen rund 42 Prozent und 45 Prozent. Dabei wird der unzureichende Marktüberblick am vergleichsweise am wenigsten mit „sehr stark“ bewertet.

b) Zukünftige Bedeutung und Rolle von Einkauf und SCM

In der dieser Rubrik sollten die Teilnehmer*innen verschiedene Thesen bewerten.

Ökologisches und soziales Nachhaltigkeitsmanagement als Aufgabe von Einkauf / SCM wird / bleibt...

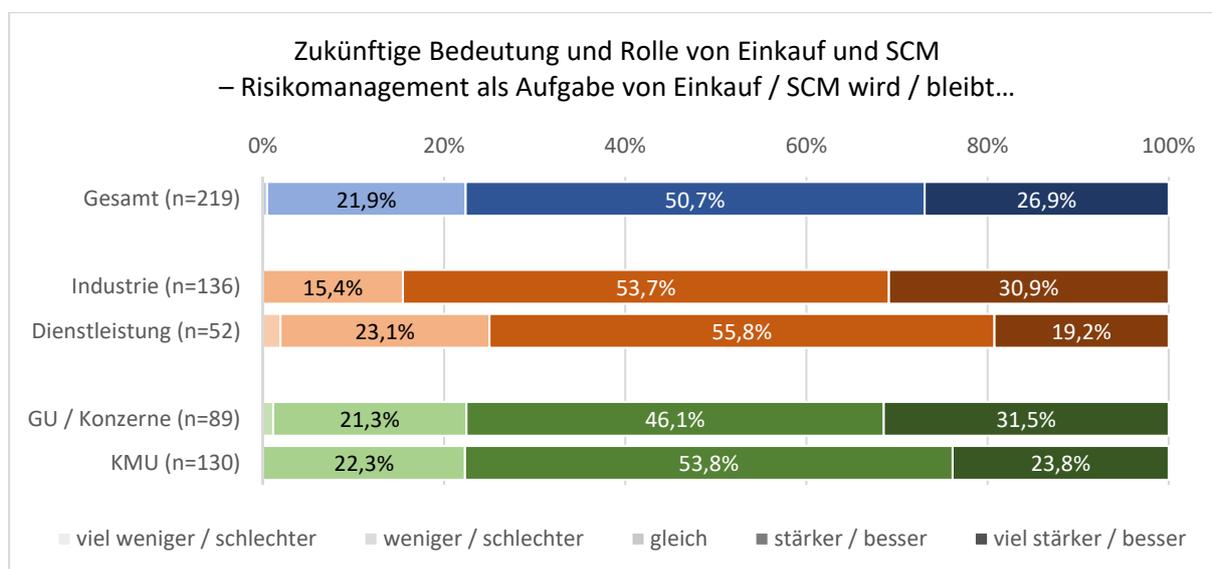
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,0%	3,7%	17,8%	50,2%	28,3%
Industrie (n=136)	0,0%	3,7%	16,9%	55,1%	24,3%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	3,8%	15,4%	40,4%	40,4%
GU / Konzerne (n=89)	0,0%	3,4%	15,7%	42,7%	38,2%
KMU (n=130)	0,0%	3,8%	19,2%	55,4%	21,5%



Für den einen oder die andere möglicherweise überraschend wird dem **ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsmanagement** der höchste Bedeutungszuwachs zugewiesen. 28,3 Prozent sehen diesen als „viel stärker“ und weitere 50,2 Prozent als „stärker“ an, was summarisch zu 78,5 Prozent zu einer hohen Bewertung führt. Niemand sieht hier einen deutlichen und lediglich 3,7 Prozent einen leichten Rückgang der Bedeutung dieses Aufgabenbereichs. In der summarischen Bewertung liegen Industrie und Dienstleister gleichauf bei den positiven Einschätzungen, wobei letztere deutlich häufiger mit „viel stärker“ als erstere (40,4 Prozent zu 24,3 Prozent) votieren. Dies gilt in fast gleicher Weise für GU / Konzerne im Vergleich zu den KMU. Es ist positiv zu werten, dass die sehr hohen Herausforderungen in Sachen Erhaltung unseres Ökosystems im Allgemeinen und durch den Klimawandel im Besonderen offensichtlich in den Beschaffungsabteilungen erkannt wurden und diesem Bereich damit eine sehr hohe Bedeutung zugewiesen wird. Vor dem Hintergrund teilweise extremer sozialer Dysbalancen in globaler Sicht und konkreten Vorgaben wie dem Lieferkettengesetz ist auch die hohe Wichtigkeit sozialer Kriterien erfreulicherweise im Bereich Einkauf und SCM angekommen.

Risikomanagement als Aufgabe von Einkauf / SCM wird / bleibt...

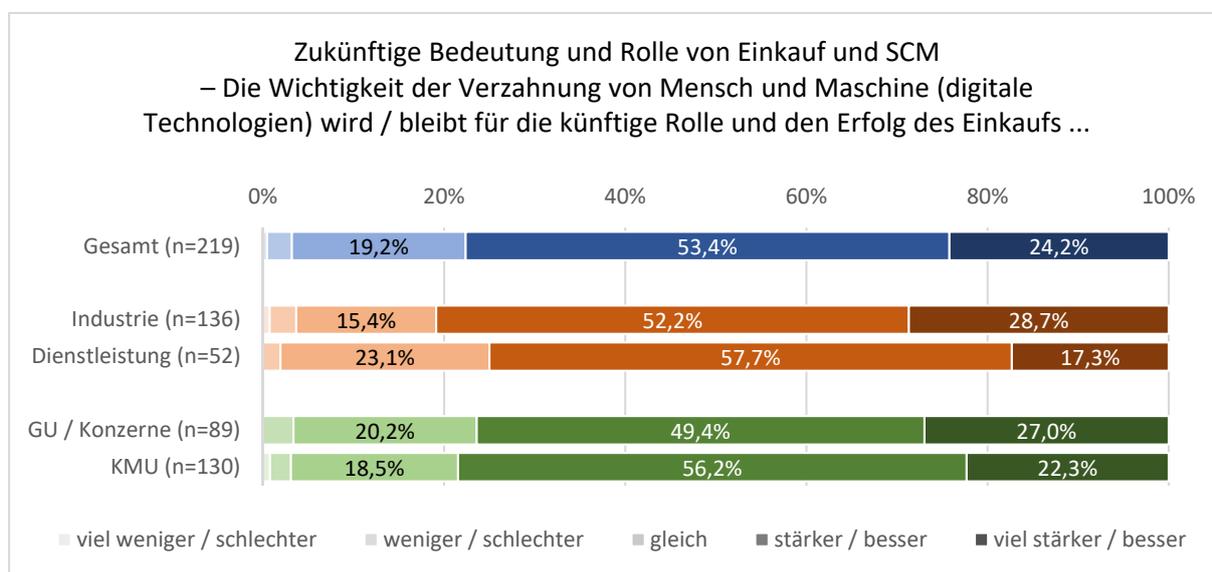
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,0%	0,5%	21,9%	50,7%	26,9%
Industrie (n=136)	0,0%	0,0%	15,4%	53,7%	30,9%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	1,9%	23,1%	55,8%	19,2%
GU / Konzerne (n=89)	0,0%	1,1%	21,3%	46,1%	31,5%
KMU (n=130)	0,0%	0,0%	22,3%	53,8%	23,8%



Auf dem zweiten Platz angesiedelt ist das **Risikomanagement**. Auch dies ist positiv zu sehen und keine Überraschung, können doch Nachhaltigkeitsanforderungen in ökologischer und sozialer Hinsicht nur im Rahmen eines effektiven Risikomanagements beherrscht werden. 26,9 Prozent sehen die Bedeutung des Risikomanagement als „sehr stärker“ und weitere 50,7 Prozent als „stärker“ an, was summarisch zu 77,6 Prozent und damit zu einer fast gleich hohen Bewertung wie zum öko-sozialen Nachhaltigkeitsmanagement führt. Niemand sieht Risikomanagement als „viel weniger“ und lediglich ein halbes Prozent als „weniger“ wichtig an. Die Industrie kommt hier auf höhere Werte als die Dienstleister. Erstere votieren mit 30,9 Prozent mit „viel stärker“ und 53,7 Prozent mit „stärker“ gegenüber 19,2 Prozent und 55,8 Prozent der Dienstleister. GU / Konzerne und KMU liegen summarisch gleichauf, wobei die großen Unternehmen vermehrt mit „viel stärker“ (31,5 Prozent) im Vergleich zu den KMU (23,8 Prozent) stimmen.

Die Wichtigkeit der Verzahnung von Mensch und Maschine (digitale Technologien) wird / bleibt für die künftige Rolle und den Erfolg des Einkaufs ...

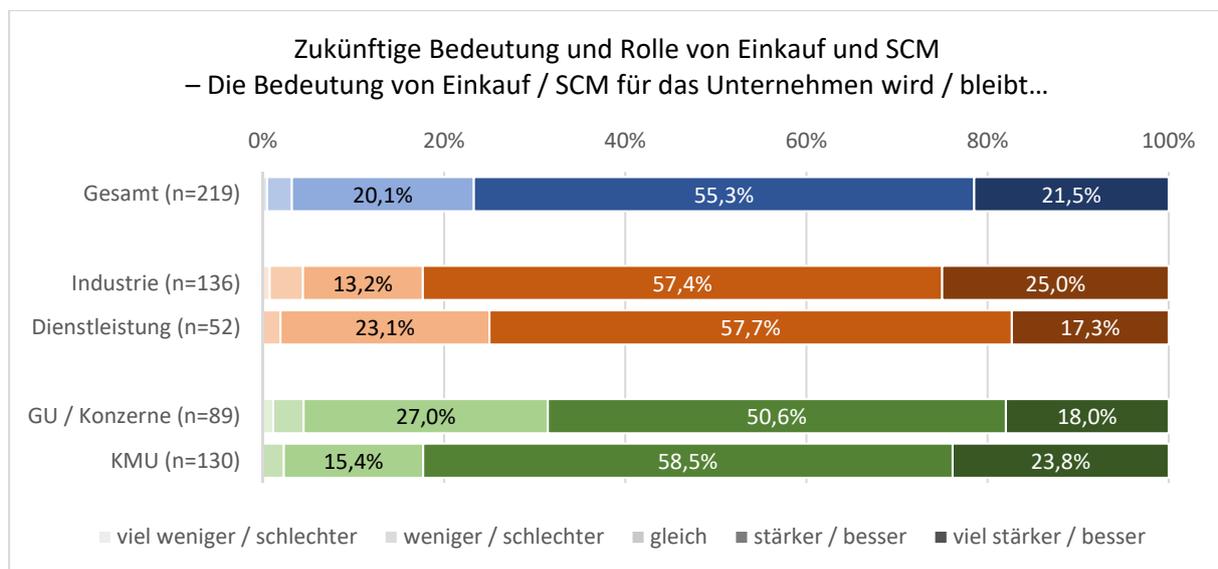
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,5%	2,7%	19,2%	53,4%	24,2%
Industrie (n=136)	0,7%	2,9%	15,4%	52,2%	28,7%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	1,9%	23,1%	57,7%	17,3%
GU / Konzerne (n=89)	0,0%	3,4%	20,2%	49,4%	27,0%
KMU (n=130)	0,8%	2,3%	18,5%	56,2%	22,3%



Eine summarisch ähnlich positive Bewertung erhält die Bedeutung der **Verzahnung von Mensch und Maschine bzw. digitaler Technologie für die künftige Rolle des Einkaufs**. Hier stimmen 24,2 Prozent mit „viel stärker“ und 53,4 Prozent mit „stärker“, womit dies wie oben auch 77,6 Prozent als „starken“ Einfluss sehen. Die Industrie votiert mit 28,7 Prozent deutlich vermehrt mit „viel stärker“ als die Dienstleister, die auf 17,3 Prozent kommen. Letztere haben dafür fünf Prozentpunkte Vorsprung in der Kategorie „stärker/besser“ (57,7 Prozent). In ähnlicher Weise votieren die GU / Konzerne häufiger in der höchsten Kategorie (27 Prozent) als KMU (22,3 Prozent), was durch die vermehrte Bewertung in der zweithöchsten Kategorie seitens der KMU (56,2 Prozent zu 49,4 Prozent) zu einer fast ausgeglichenen Gesamtbewertung im positiven Bereich führt.

Die Bedeutung von Einkauf / SCM für das Unternehmen wird / bleibt...

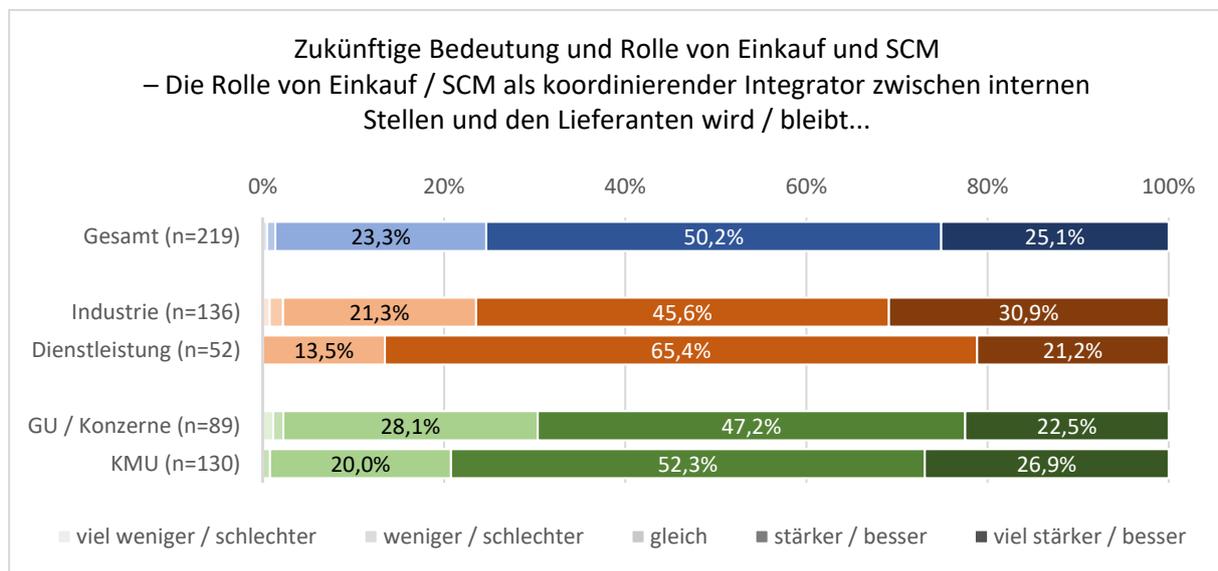
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,5%	2,7%	20,1%	55,3%	21,5%
Industrie (n=136)	0,7%	3,7%	13,2%	57,4%	25,0%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	1,9%	23,1%	57,7%	17,3%
GU / Konzerne (n=89)	1,1%	3,4%	27,0%	50,6%	18,0%
KMU (n=130)	0,0%	2,3%	15,4%	58,5%	23,8%



Mit einer ebenfalls ähnlichen Bewertung folgen die Ergebnisse für die Frage zur **zukünftigen Bedeutung von Einkauf und SCM**. 21,5 Prozent sehen dies als „viel stärker“ und 55,3 Prozent als „stärker“ an. Zusammengenommen gehen mithin knapp 77 Prozent davon aus, dass fortgeschrittene digitale Hilfsmittel die Rolle von Einkauf und Logistik in der Zukunft stärken werden. Angesichts in der Vergangenheit immer wieder – wenn auch nicht unbedingt offen – geäußelter skeptischer Haltungen gegenüber fortgeschrittenen digitalen Lösungen ist dies eine wichtige Erkenntnis. Die Industrie liegt hier leicht vor den Dienstleistern, da dort mit 25 Prozent etwas häufiger mit „sehr stark“ bewertet wird (Dienstleister 17,3 Prozent). In ähnlicher Weise liegen die KMU (23,8 Prozent „viel stärker“ und 58,5 Prozent „stärker“) vor den GU / Konzernen (18 Prozent und 50,6 Prozent).

Die Rolle von Einkauf / SCM als koordinierender Integrator zwischen internen Stellen und den Lieferanten wird / bleibt...

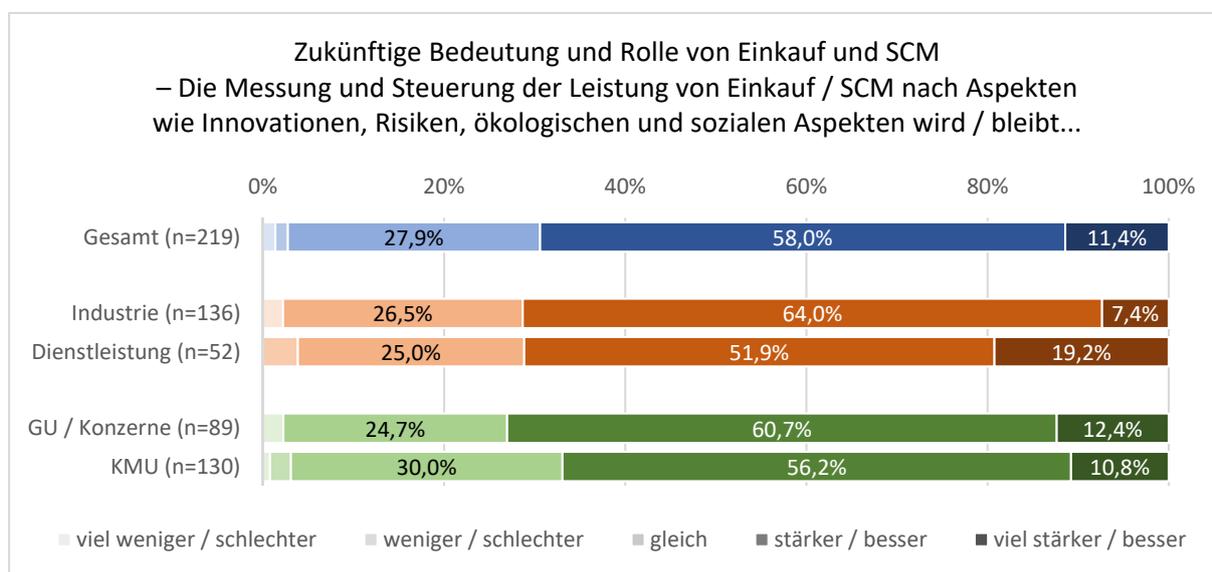
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,5%	0,9%	23,3%	50,2%	25,1%
Industrie (n=136)	0,7%	1,5%	21,3%	45,6%	30,9%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	0,0%	13,5%	65,4%	21,2%
GU / Konzerne (n=89)	1,1%	1,1%	28,1%	47,2%	22,5%
KMU (n=130)	0,0%	0,8%	20,0%	52,3%	26,9%



Ebenfalls ähnlich hoch positiv bewertet wird die **Rolle von Einkauf / SCM als koordinierender Integrator zwischen internen Quellen und Lieferanten**. Rund ein Viertel sehen dies als „viel stärker“ und gut die Hälfte als „stärker“ als bisher an, womit drei Viertel der Antwortenden hier eine Stärkung dieser Rolle sehen. Die entspricht summarisch auch der Einschätzung der Industrieunternehmen, die allerdings sogar zu knapp 31 Prozent eine „viel stärkere Rolle“ sehen. Dies ist bei den Dienstleistern mit 21,2 Prozent in weniger Fällen so, jedoch votieren diese mit 65,4 Prozent für „stärker“, so dass bei diesen summarisch 86,6 Prozent eine Stärkung der Rolle in diesem Bereich sehen. KMU bewerten die Aufwertung der Rolle in diesem Bereich in beiden positiven Antwortkategorien etwas stärker als die Großunternehmen.

Die Messung und Steuerung der Leistung von Einkauf / SCM nach Aspekten wie Innovationen, Risiken, ökologischen und sozialen Aspekten wird / bleibt...

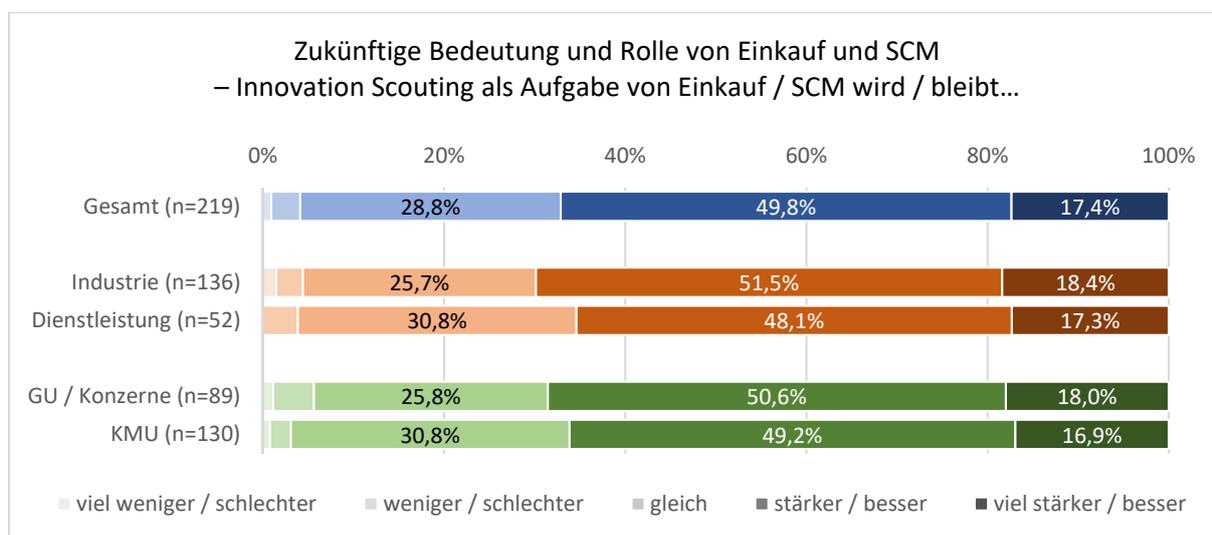
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	1,4%	1,4%	27,9%	58,0%	11,4%
Industrie (n=136)	2,2%	0,0%	26,5%	64,0%	7,4%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	3,8%	25,0%	51,9%	19,2%
GU / Konzerne (n=89)	2,2%	0,0%	24,7%	60,7%	12,4%
KMU (n=130)	0,8%	2,3%	30,0%	56,2%	10,8%



In etwas geringerem Maße, aber immer noch recht hoch sind die Bewertungen hinsichtlich des Bedeutungszuwachses von **Maßgrößen wie Innovationen, Risiken, ökologischen und sozialen Aspekten für das Performance Measurement in Einkauf und SCM**. Mit „viel stärker“ stimmen hier zwar nur 11,4 Prozent der Antwortenden, dafür aber 58 Prozent mit „stärker“, was summarisch bemerkenswerte 69,4 Prozent ergibt. Damit dürften in vielen Unternehmen wesentliche Änderungen hinsichtlich der Erfolgsmessung in Einkauf und SCM anstehen. Dienstleister erwarten dies offenbar deutlicher (19,2 Prozent gegenüber 7,4 Prozent in der Industrie für „viel stärker“). Letztere votieren allerdings zu 64 Prozent mit „stärker“ gegenüber knapp 52 Prozent der Dienstleister. In größeren Unternehmen scheint dies ausgeprägter der Fall zu sein als in KMU (summarisch 73,1 Prozent gegenüber 67 Prozent).

Innovation Scouting als Aufgabe von Einkauf / SCM wird / bleibt...

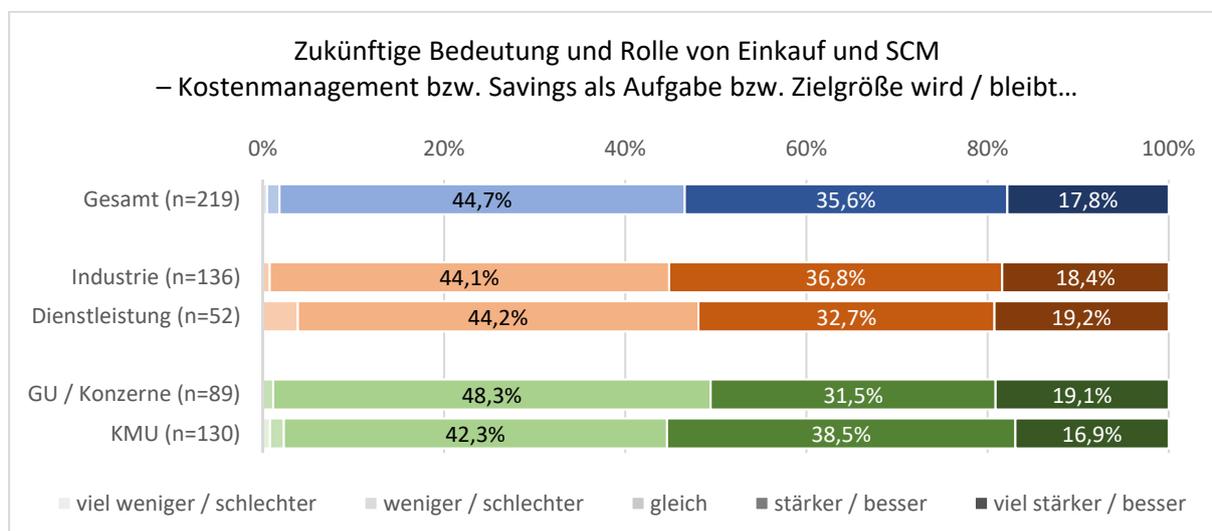
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,9%	3,2%	28,8%	49,8%	17,4%
Industrie (n=136)	1,5%	2,9%	25,7%	51,5%	18,4%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	3,8%	30,8%	48,1%	17,3%
GU / Konzerne (n=89)	1,1%	4,5%	25,8%	50,6%	18,0%
KMU (n=130)	0,8%	2,3%	30,8%	49,2%	16,9%



Dass die **Bedeutung des Innovation Scouting** zunimmt, meinen summarisch 67,2 Prozent und damit mehr als zwei Drittel aller Antwortenden. 17,4 Prozent sehen dies in „viel stärkerem Ausmaß“ und knapp die Hälfte in „starker Weise“. Zwischen der Industrie und den Dienstleistern gibt es in dieser Sichtweise nur unwesentliche Unterschiede, wobei erstere dies leicht positiver bewerten. Dasselbe gilt für GU/ Konzerne und KMU.

Kostenmanagement bzw. Savings als Aufgabe bzw. Zielgröße wird / bleibt...

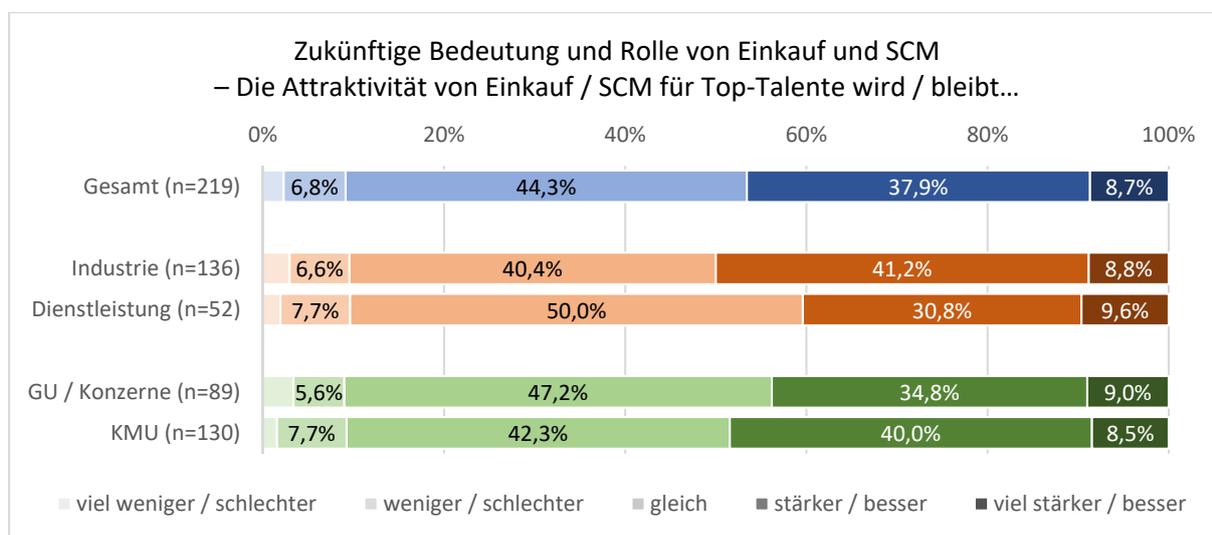
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	0,5%	1,4%	44,7%	35,6%	17,8%
Industrie (n=136)	0,0%	0,7%	44,1%	36,8%	18,4%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	3,8%	44,2%	32,7%	19,2%
GU / Konzerne (n=89)	0,0%	1,1%	48,3%	31,5%	19,1%
KMU (n=130)	0,8%	1,5%	42,3%	38,5%	16,9%



Die **Bedeutung des Kostenmanagements und die Erreichung von Savings als Zielgröße** wird aus Sicht der Antwortenden allerdings nicht sinken, sondern eher weiter steigen. 17,8 Prozent sehen hier eine „viel stärkere Bedeutung“ und 35,6 Prozent eine „stärkere Relevanz“, wobei 44,7 Prozent diese „unverändert“ sehen. Damit wird davon ausgegangen, dass die oben angesprochenen weiteren Zielgrößen diese in zunehmendem Maße ergänzen, aber keinesfalls ersetzen. Während zwischen Industrie und Dienstleister eher geringfügige Unterschiede in den Bewertungen bestehen, votieren GU / Konzerne etwas mehr für eine „viel stärkere Bedeutung“ im Vergleich zu KMU (19,1 Prozent zu 16,9 Prozent), letztere dagegen deutlich häufiger für eine „stärkere Bedeutung“ (38,5 Prozent gegenüber 31,5 Prozent der Großunternehmen).

Die Attraktivität von Einkauf / SCM für Top-Talente wird / bleibt...

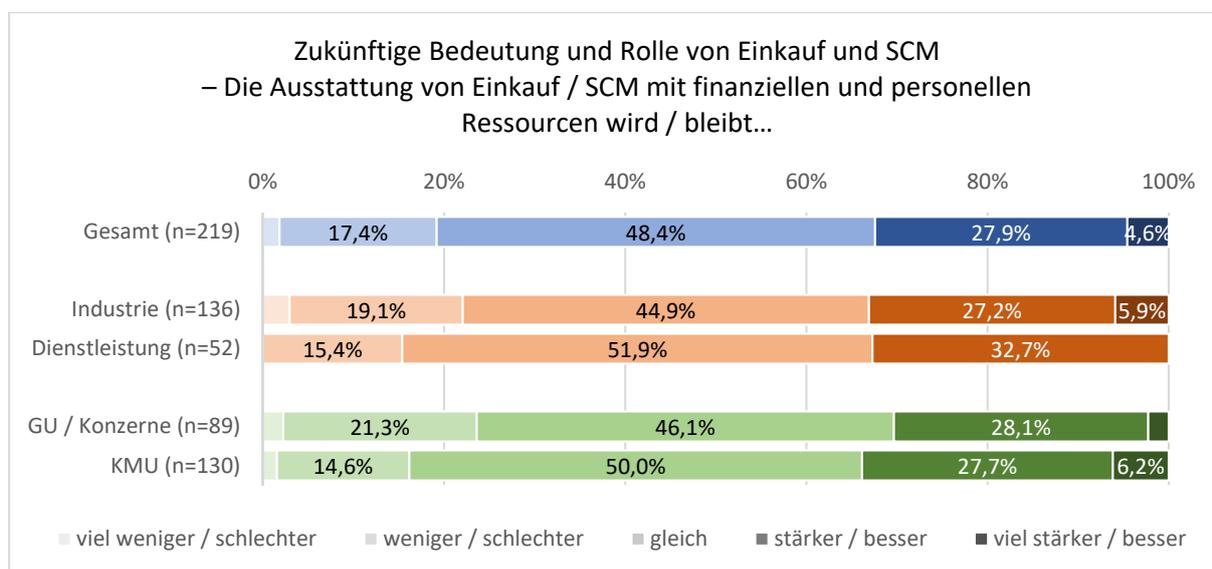
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	2,3%	6,8%	44,3%	37,9%	8,7%
Industrie (n=136)	2,9%	6,6%	40,4%	41,2%	8,8%
Dienstleistung (n=52)	1,9%	7,7%	50,0%	30,8%	9,6%
GU / Konzerne (n=89)	3,4%	5,6%	47,2%	34,8%	9,0%
KMU (n=130)	1,5%	7,7%	42,3%	40,0%	8,5%



Die **Attraktivität von Einkauf und SCM für Top-Talente** wird zwar positiv, jedoch nicht als extrem hoch gesehen. Lediglich 8,7 Prozent halten diese in Zukunft für „viel besser“ und knapp 38 Prozent für „besser“. 44,3 Prozent sehen dies gleichbleibend, womit zumindest nahezu die Hälfte hier eine Verbesserung des Status quo erwarten. In der Industrie wird dies im Vergleich zu den Dienstleistern zwar geringfügig weniger in der Kategorie „viel besser“ gesehen (8,8 Prozent gegenüber 9,6 Prozent), aber deutlich stärker für die Antwortmöglichkeit „besser“ (41,2 Prozent zu 30,8 Prozent). Dementsprechend fällt die Bewertung mit „gleichbleibend“ bei den Dienstleistern mit 50 Prozent klar höher aus als in der Industrie (40,4 Prozent). KMU erwarten mit summarisch 48,5 Prozent eher eine Verbesserung der Attraktivität als GU / Konzerne (43,8 Prozent).

Die Ausstattung von Einkauf / SCM mit finanziellen und personellen Ressourcen wird / bleibt...

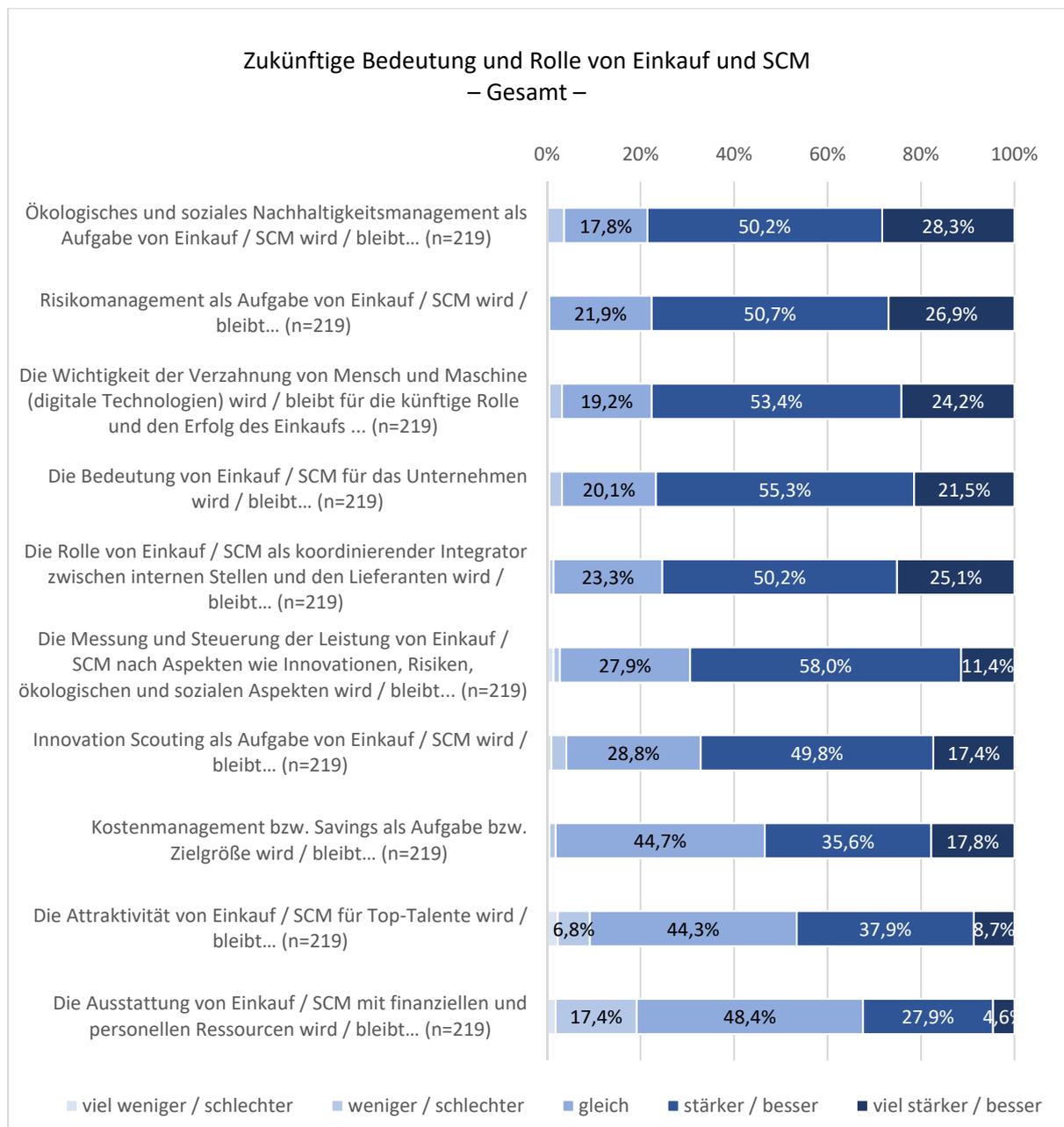
	viel weniger / schlechter	weniger / schlechter	gleich	stärker / besser	viel stärker / besser
Gesamt (n=219)	1,8%	17,4%	48,4%	27,9%	4,6%
Industrie (n=136)	2,9%	19,1%	44,9%	27,2%	5,9%
Dienstleistung (n=52)	0,0%	15,4%	51,9%	32,7%	0,0%
GU / Konzerne (n=89)	2,2%	21,3%	46,1%	28,1%	2,2%
KMU (n=130)	1,5%	14,6%	50,0%	27,7%	6,2%



Die vergleichsweise geringsten positiven Bewertungen erhält die Frage nach der **Ausstattung von Einkauf und SCM mit finanziellen und personellen Ressourcen**. Nur 4,6 Prozent erwarten eine „deutlich bessere“ und knapp 28 Prozent eine „bessere Ausstattung“, wohingegen 48,4 Prozent von einer „gleichbleibenden Ressourcenausstattung“ ausgehen. Insgesamt gehen 32,5 Prozent von einer „Steigerung“ und 19,2 Prozent von einer „Reduzierung“ der Ausstattung aus. Die Votes liegen summarisch bei der Industrie und den Dienstleistern auf ähnlicher Höhe, wobei erstere zu knapp 6 Prozent eine „deutliche Verbesserung“ erwarten, dies aber niemand der Dienstleister angibt. Bei den KMU liegen die Erwartungen für eine „bessere Ausstattung“ insgesamt leicht über denen der GU / Konzerne.

Das abschließende Diagramm gibt noch einmal einen Überblick über die Gesamtbewertung der Thesen zur zukünftigen Bedeutung und Rolle von Einkauf und SCM.

Gesamtüberblick zur zukünftigen Rolle und Bedeutung von Einkauf und SCM



Der Überblick zeigt deutlich die absolut und vergleichsweise als sehr wichtig anerkannte Bedeutung eines ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsmanagements sowie eines Risikomanagements auf. Die Verzahnung von Mensch und „Maschine“ sowie die zukünftige Bedeutung der Funktion Einkauf und SCM insgesamt werden ebenfalls ähnlich wichtig eingeschätzt. Auch wird die Rolle dieser Funktion als Integrator zwischen internen Funktionen und den Lieferanten als in der Bedeutung klar wachsend eingeschätzt. Dies gilt ebenso für die Aufgabe des Beschaffers (Scouting) von Innovationen auf den Beschaffungsmärkten. Das klassische Ziel der Savings wird noch wichtiger, allerdings nicht in dem Ausmaß wie die anderen Zielkategorien. Auch wird der Funktion ein Zuwachs an Attraktivität für TOP-Talente zugesprochen. Am moderatsten fällt dieser Zuwachs bei den finanziellen und personellen Ressourcen aus, womit bei diesen beiden letztgenannten Aspekten besonderer Handlungsbedarf festzustellen ist.

Ansprechpartner

Universität Würzburg
Lehrstuhl für Industriebetriebslehre

Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky

Tel. +49 (931) 31-82936

E-Mail: boga@uni-wuerzburg.de

WWW: wiwi.uni-wuerzburg.de/lehrstuhl/bwl2

HTWK Leipzig
Fakultät Wirtschaftswissenschaft und
Wirtschaftsingenieurwesen

Prof. Dr. Holger Müller (SCM)

Tel. +49 (351) 81066-38

E-Mail: Holger.Mueller.SCM@htwk-leipzig.de

WWW: fww.htwk-leipzig.de