

16.04.2020 – 09:30 Uhr

"Disruptive Beschaffung": Einkauf wird Schlüsselement für UnternehmenserfolgStrohmer · Easton · Eisenhut · Epstein
Kromoser · Peterson · RizzonMichael F. Strohmer · Stephen Easton
Martin Eisenhut · Elouise Epstein
Robert Kromoser · Erik R. Peterson
Enrico Rizzon

Disruptive Procurement

Disruptive Procurement

Winning in
a Digital World

KEARNEY

 Springer

Düsseldorf (ots) -

Neues Buch der TOP-Managementberatung Kearney zeigt, wie Unternehmen die innovativen Potenziale ihrer Einkaufsfunktion und die Digitalisierung nutzen können

"Die Corona-Krise zwingt die Beschaffung, sich jetzt innerhalb sehr kurzer Zeit neu zu erfinden", sagt Michael F. Strohmer, Beschaffungsexperte und Co-Lead der europäischen Operations-Practice von Kearney: "Seit den pandemischen Auswirkungen von Covid-19 sprechen wir nicht mehr von einem Wandel, sondern von einer Disruption, der die Unternehmen begegnen müssen. Wir liefern in unserem Buch 'Disruptive Procurement' einen neuen Ansatz, wie Unternehmen die Digitalisierung ihrer Einkaufsfunktion zur Existenzsicherung und Mobilisierung innovativer Kräfte vorantreiben können."

"Nie zuvor war der Beschaffungsmarkt ähnlich gewaltigen Umbrüchen unterworfen", meint Robert Kromoser, Mitautor und Managing Director von Kearney Österreich. "Zu den Eruptionen, die bereits der technologische Wandel durch die Digitalisierung mit sich gebracht hat, kommen nun die Auswirkungen der Corona-Krise, die von unterbrochenen Lieferketten bis hin zu radikal sinkender Kaufkraft reichen".

Mit dem englischsprachigen Buch "Disruptive Procurement. Winning in a Digital World", das in diesen Tagen bei Springer erscheint, bieten Strohmer und ein internationales Autorenteam von Beschaffungsexperten aus USA, Europa und Asien dem Top-Management tiefe Einblicke in die wertsteigernden Potentiale einer Beschaffung, in der sich strategische Weitsicht, Agilität,

Innovationskraft und Effizienz verbinden. Im Fokus steht dabei die Verbindung zweier Wertschöpfungsdimensionen: der Wert des Unternehmens für den Kunden und der Wert des Lieferanten für das Unternehmen. Gerade COVID-19 zeigt, wie wichtig ein 360° Blick auf die Beschaffung ist, denn jene Unternehmen konnten die massiven Veränderungen in den Lieferketten besser auffangen, die flexibler aufgestellt und näher an Markt und Lieferanten waren. Nach Ansicht der Kearney Procurement Experten ist dafür Voraussetzung ein starker Rückhalt im Vorstand, eine integrierende Zusammenarbeit zwischen Einkauf, Marketing, Vertrieb, Forschung und Entwicklung und Produktion. Eine Schlüsselfunktion fällt der Digitalisierung zu, durch die der Einkauf schlanker, schneller und smarter wird und einen strategischen Wert- und Innovationsbeitrag leistet.

Das Buch vertieft diesen Ansatz in vier Kapiteln und schließt mit einem Ausblick auf die Zukunft der Beschaffung im Jahr 2035. Ausgehend von einem höchst volatilen Umfeld, in dem verschiedene Szenarien, so auch die Welt der multilokalen Märkte und der Antiglobalisierung möglich sind, zeigt sich deutlich, dass etablierte Beschaffungspraktiken kontinuierlich und innovativ weiterentwickelt werden müssen. Welche Bedeutung der Beschaffung auf Vorstandsebene zukommt und wie die heterogenen Perspektiven des Chief Procurement Officers und des Chief Executive Offices zusammengebracht werden können, behandelt das zweite Kapitel. "Gibt es keine App für Beschaffung?" fragen die Autoren provokant und zeigen im nächsten Kapitel auf, wie die neuen digitalen Möglichkeiten, Künstliche Intelligenz, Automatisierung und Advanced Analytics für mehr Effektivität und Effizienz eingesetzt werden können. Dadurch entstehen Freiräume, um die Beschaffung zum strategischen Partner innerhalb des Unternehmens zu machen. Wie sich die disruptive Kraft der Beschaffung indes nur aus einem tiefen Verständnis der Kunden und der Lieferanten erschließt, beschreibt das vierte Kapitel, das evolutiv den Weg dorthin aufzeigt.

Die Autoren sind sich einig, dass die Zukunft der Beschaffung, die sie im Ausblick des Buches entwerfen, durch die Corona-Krisen einen großen Schritt näher gerückt ist. Beschaffung müsse jetzt so schnell wie möglich in die Rolle eines weitsichtigen, proaktiven, im Unternehmen integrierten Innovationsscout hineinwachsen.

Kontakt:

Pressekontakt:

Michael Scharfschwerdt
Director Marketing & Communications
KEARNEY
Charlottenstraße 57
de.kearney.com
10117 Berlin
Telefon: +49 30 2066 3363
E-Mail: Michael.Scharfschwerdt@kearney.com
twitter: @kearneyDACH

Medieninhalte



Winning in a Digital World: Kearney Buch "Disruptive Procurement". Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/15196 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Kearney"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100846084> abgerufen werden.