



## Einkauf 4.0 – Hype oder Realität?

Hier erläutert Margarete Hetmanczyk, European Purchasing Manager bei Heilind, warum man die vierte industrielle Revolution nicht einfach auch auf den Einkauf übertragen kann.



Margarete Hetmanczyk, European Purchasing Manager bei Heilind

Seit Jahren ist die Digitalisierung der Produktion unter dem Begriff Industrie 4.0 in aller Munde. Weil auch die Beschaffung in diese vernetzte Produktionslandschaft integriert werden soll, um die Vorteile der vierten industriellen Revolution in vollem Umfang auszuschöpfen, wird natürlich versucht, diesen Trend auch auf den Einkauf zu übertragen. Und schon ist er da – der Hype um Procurement 4.0, ohne sich Gedanken darüber zu machen, ob der Einkauf von heute überhaupt schon auf dem Stand 3.0 angekommen ist. Im operativen Bereich war der Einkauf immer klassisch: Ein Beschaffer, der Bestellungen aufnimmt. In den 90er Jahren, als man das Einsparpotenzial des Einkaufs „entdeckte“, kam es, wenn man es denn mit der Entwicklung der Industrie vergleichen möchte, mit dem strategischen Einkauf zur ersten Revolution, also zum Einkauf 2.0. Viele Unternehmen sind aber noch nicht einmal auf diesem Stand. Bevor wir jetzt von 4.0 sprechen, sollten wir uns zuerst überlegen, wo wir heute denn überhaupt stehen.

Für mich persönlich bedeutet Einkauf 4.0 die komplette Vernetzung der gesamten Supply-Chain, vom Hersteller, Lieferanten, Kunden bis hin zum Spediteur. Das Integrieren, Vernetzen und Kollabieren der gesamten Supply-Chain zeichnet Procurement 4.0 aus und macht den Einkauf zum Innovationstreiber und Enabler für den Erfolg im Unternehmen. Dass wir als Distributor mit dem Lieferanten beziehungsweise dem Hersteller vernetzt sind, ist nicht wirklich neu. Was sich für uns aber entscheidend ändern wird, ist die Auswirkung durch die Vernetzung mit den Maschinen beim Kunden. Ein Beispiel: In Zukunft werden wir die Information über den bevorstehenden Austausch eines Bauteils direkt von der Maschine des Kunden bekommen und nicht mehr von ihm selbst. Der operative Einkauf wird also vom Kunden zu uns verlagert, womit wir nicht nur zu einer Art Servicedienstleister werden, sondern auch zum Schnittstellenmanager. Damit wir diese Anforderungen jedoch erfüllen können, müssen die IT-Investitionen drastisch erhöht werden.

Sind diese Investitionen getätigt, stehen sowohl Kunden als auch Distributor vor einer für sie völlig neuen Situation: Wie wird der Zugriff auf die nun verfügbaren Daten geregelt? Wer darf darauf zugreifen und wer daraufhin Entscheidungen

treffen? Die Rahmenbedingungen, die es dafür abzustecken gilt, gehen weit über die bisherigen Verträge hinaus. Kommen wir noch einmal auf das Beispiel mit der kommunizierenden Maschine zurück: Wenn die Anlage Ersatzteile im Wert von mehreren Hunderttausend Euro benötigt und diese Information direkt an uns weiterleitet, dürfen wir diesen Auftrag dann ohne Weiteres einfach annehmen? An diesem Punkt unterscheiden sich Industrie 4.0 und Einkauf 4.0 wesentlich voneinander, denn wenn es um Geld geht, braucht es immer noch Menschen und den persönlichen Kontakt. Einer der Gründe, weshalb sich kein Distributor der Welt Sorgen machen muss, dass er durch die mögliche, direkte Vernetzung von Kunde und Hersteller in seiner Funktion „übergangen“ werden kann. Abgesehen davon, dass sich Lagerhaltung und die Verfügbarkeit von Kleinmengen auch in den nächsten Jahrzehnten nicht „wegdigitalisieren“ lassen. In der digitalen Zukunft wird der Einkauf der menschlichste Bereich bleiben. Schon allein deshalb, weil sich das Verhältnis zwischen Kunde und Distributor stärken wird.

Einkauf 4.0 ist keine Zukunftsmusik mehr. Denn im Gegensatz zu Industrie 4.0, wo derzeit an Standards gearbeitet wird, ist Procurement 4.0 quasi barrierefrei. Wir müssen also gar nicht mehr überlegen, ob wir schon beim Einkauf 3.0 angelangt sind, sondern können sofort mit 4.0 beginnen. Was wir dazu brauchen ist die Einsicht, dass IT kein Kostenfaktor, sondern eine Investition ist. Wir brauchen IT-affine Einkäufer, die bereit sind, vom operativen ins strategische Geschäft überzutreten und dort als Datenanalysten Trends verfolgen. Und wir brauchen Hersteller, die bereit sind, neue Formen wie Lizenzmodelle zu integrieren. Sobald man als Distributor mit dem entsprechenden IT-Investment bereit ist, den operativen Einkauf des Kunden zu übernehmen und als Schnittstellenmanager eines zukünftigen Lizenz-Geschäftes zu agieren, spricht man mit dem Lieferanten und startet mit ihm den Prototypen des Modells von Einkauf 4.0. Dann holt man sich noch einen Kunden dazu, der den Weg mit in die Zukunft gehen will, und probiert es einfach aus. Damit macht man selbst den Hype zur Realität!

[www.heilind.com](http://www.heilind.com)