



Auch die Gebäudedienstleistungsbranche kann die Digitalisierung nicht ignorieren – sonst drohen möglicherweise Wettbewerbsnachteile.

#### EINKAUF 4.0 IN DER REINIGUNGSBRANCHE

# DIGITALISIERUNG ALS KRITISCHER WENDEPUNKT DER BRANCHE

Die Digitalisierung ist eines der beherrschenden Themen in unserer heutigen Zeit. Sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Bereich schreitet die digitale Revolution in großen Schritten voran. Kaum eine Kundengruppe, große Konzerne, kleine oder mittelständische Unternehmen können sich dieser Thematik entziehen.

Digitalisierung bezeichnet einerseits die Überführung von Informationen von einer analogen in eine digitale Speicherform und andererseits thematisiert es die Übertragung von Aufgaben, die bisher vom Menschen übernommen wurden, auf den Computer. (Quelle: Enzyklopädie der Wirtschaftsinformatik)

Eigentlich sind wir alle bereits mittendrin. Hier sind nur einige wenige Beispiele aufgeführt: In Restaurants ist es bereits üblich, über Tablets zu bestellen, Tischreservierungen erfolgen elektronisch, Check-in für

Flüge über Apps, Gepäckabgabe über Automaten, Paketauslieferungen per Drohne und einkaufen mit dem Amazon-Dash-Button; ein mit WLAN verbundenes Gerät, mit dem Produkte per Knopfdruck bestellt werden können.

#### **WETTBEWERBSNACHTEILE DROHEN**

Fakt ist, dass die Digitalisierung nicht aufzuhalten ist. Für manche traditionellen Branchen ist es sogar ein kritischer Wendepunkt. Viele Kunden und ►



Auch im Einkauf und in der Beschaffung spielen digitale Lösungen eine immer wichtiger werdende Rolle.

Geschäftspartner setzen zum Beispiel EDI (elektronischer Datenaustausch) voraus. Ein Verzicht auf EDI kann zum Verlust dieser Geschäftspartner führen und schließlich auch zu Wettbewerbsnachteilen. Ein zu langes Warten erschwert immer mehr den rechtzeitigen Anschluss.

Fakt ist auch, dass ein elektronischer Datenaustausch in kurzer Zeit Auswertungen und Analysen ermöglicht, die für Planungen und Entscheidungen unerlässlich sind. Der herkömmliche Prozess ist langwieriger und damit auch erheblich kostenintensiver.

Dies trifft auch auf den Einkauf in unserer Reinigungsbranche zu. Die meisten Einkaufsabteilungen oder Einkäufer, verantworten die klassischen Ge- und Verbrauchsmaterialien Reinigungschemie, Reinigungssysteme, Abfallsäcke/Müllbeutel, Hygienepapiere, Büromaterialien, Arbeitskleidung et cetera. Auch gehören unter anderem weitere Bereiche wie Fuhrpark und Arbeitskleidung, Betriebsstoffe und Lebensmittel dazu.

**HANDARBEIT IST UNWIRTSCHAFTLICH**

Die Vielfalt der Themen in unserem Einkauf und die unterschiedlichsten Bedarfsanforderungen machen es mittlerweile fast unmöglich bzw. unwirtschaftlich, auf manuelle Prozesse zu setzen. Auch wenn dies noch einen besonderen Reiz für manche Unternehmen hat, weil man es schon immer so gemacht hat oder der Einkauf nach wie vor „nebenbei“ laufen kann.

Oder die felsenfeste Überzeugung, was sind schon rund vier Prozent Materialkosten im Verhältnis zu den eigentlichen hohen Personalkosten von 85 Prozent?

**CHANCEN DURCH DIGITALISIERUNG**

Die Digitalisierung bringt riesige Chancen für unseren Einkauf und wird mittelfristig die Anforderungen

und Funktionen des Einkaufs nachhaltig verändern. Betrachten wir zunächst die Technik. Die Technik gibt uns die Möglichkeit, externe/interne Daten und Informationen in Echtzeit zu erhalten und an entsprechenden Stellen innerhalb des Unternehmens ebenfalls in Echtzeit zu übermitteln. Weitere wesentliche Vorteile sind, dass oft der Datenzugriff von überall möglich ist und dass der Informationsfluss größtenteils vollautomatisiert laufen kann.

Umso genauer die Datenqualität ist, umso besser ist die notwendige Transparenz, die Entscheidungsvorlagen und Steuerungsmöglichkeiten den Weg bereitet. Verbreitet sind heute bereits im Einkauf die Nutzung von Katalogsystemen und die elektronische Beschaffung.

Zukünftig ist eine zunehmende Digitalisierung von Bestell- und Purchase-to-Pay-Prozessen (P2P) zu erwarten.

Die eigene umfassende Technik kann hier erheblich dazu beitragen, dass der komplette Einkaufsbedarf eines Unternehmens abgedeckt und ganzheitlich gesteuert wird. Jegliche Insellösungen für einzelne Einkaufsbereiche oder Warengruppen verhindern die notwendige Transparenz und können den internen Aufwand erheblich erschweren.

Die Auswahl hier ist gigantisch, da fast jeder Anbieter heutzutage virtuelle Bestellplattformen, Kataloge im Netz, Auswertungsmöglichkeiten, Apps und vieles mehr zur Verfügung stellt. Hier gibt es bereits Anbieter für elektronische Kataloge, die zu vielen Anbietern Schnittstellen haben und in Echtzeit die Daten zur Verfügung stellen.

Weitere Möglichkeiten, die es bereits am Markt gibt:

- Einkaufsautomatisierung und Lieferantenanbindung (alle Lieferanten unabhängig von Größe und Volumen),
- durchgängig digitale Belegflüsse mit allen Lieferanten (Bestellungen, Auftragsbestätigungen, Lieferpläne, Rechnungen).

**AUSTAUSCH ÜBER PLATTFORMEN**

Weitere Trends sind, dass zukünftig nicht nur Schnittstellen und Auswertungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden, sondern auch Möglichkeiten, die den Kommunikationsprozess zwischen Einkäufer und Lieferant vereinfachen, da direkt über diese Plattformen der Informationsaustausch stattfinden kann. Die richtige Auswahl der Technik beeinflusst erheblich die Effizienz im Einkaufsprozess. Durch die Digitalisierung sind Prozesse und Abläufe definitiv schneller, standardisiert und stabiler. Es kommt zu weniger möglichen Fehlerquellen. Die Technik und die damit verbundene Datentransparenz bieten erhebliche strategische Möglichkeiten. Die ganzheitliche Betrachtung und Ermittlung von Kennzahlen kann zu anderen Produkthanforderungen für die unterschiedlichen Anwendungsfelder oder weiteren technischen Anforderungen führen.

Hier sind die einfachen Basics genannt: Bildung von sinnvollen Warengruppen, die eine Warengruppen- und Lieferantenstrategie durch Bündelungen ermöglichen.

### PRODUKTE SIND BEREITS DIGITAL

Neben den Prozessen und Abläufen finden wir in unserer Branche mittlerweile eine Vielzahl von Produkten, die mit intelligenter Technik ausgestattet sind. Reinigungsmaschinen, Reinigungswagen, Wischgeräte oder auch komplette Waschräume.

Die Herausforderung ist jedoch, die Überflutung an Informationen auf unterschiedlicher Datenbasis von unterschiedlichen Anbietern der modernen Technik zusammenzubringen. Somit ist es erforderlich, die relevanten Daten zu erkennen, zu bündeln und in Maßnahmen umzusetzen, um einen echten KVP (kontinuierlichen Verbesserungsprozess) zu erarbeiten.

### ZU BEGINN MEHRARBEIT NÖTIG

An dieser Stelle werden auch die Herausforderungen der Digitalisierung ersichtlich! Die Digitalisierung macht am Anfang erstmal mehr Arbeit: Eine Ist-Aufnahme bestehender Prozesse ist notwendig, technische Neuerungen müssen von langjährigen Mitarbeitern zugelassen werden. Die Bereitschaft, sich mit technischen Marktpotenzialen auseinanderzusetzen, wird es den Betroffenen ermöglichen, die wesentlichen Vorteile zu erkennen und dann das optimale individuelle „digitale Paket“ für das eigene Unternehmen zu definieren und natürlich auch umsetzen.

Das bedeutet, dass die richtige Technik allein nicht ausreicht – der Mehrwert entsteht durch die Menschen, die mit dieser arbeiten, und durch die Bereitschaft, Prozesse aktiv zu verändern. Dadurch, dass vieles automatisiert und digitalisiert wird, übernehmen die technischen Prozesse operative Aufgaben im Einkauf. Der „neue“ oder zukünftige Einkäufer wird kaum noch

für operative Aufgaben benötigt, die Anforderungen und Erwartungshaltungen an den digitalisierten Einkauf werden neu definiert.

In der Zukunft werden neben strategischen Fähigkeiten hohes Fach-Know-how, Umgang mit Datenmengen, digitales Denken, Analysefähigkeiten und soziale Kompetenz von Bedeutung sein. Persönliche Gespräche werden stückweise in eine virtuelle Zusammenarbeit übergehen.

### SPEZIALISIERUNG WIRD ZUNEHMEN

Der Einkauf wird zu einer wichtigen Schnittstelle innerhalb des Unternehmens und wird ein unbezahlbarer Ansprechpartner für die Hersteller und Lieferanten innerhalb der Reinigungsbranche. Weg von einer passiven Rolle: „Was gibt es Neues bei Ihnen? Hin zu einer aktiven Rolle: „Das sind die Anforderungen der Zukunft!“

Der strategische Einkauf erfordert somit zukünftig ein höheres Qualitätsniveau, um die richtigen Produkte und Technologien zu beschaffen. Es wird auch eine zunehmende Spezialisierung geben, so dass der Einkauf in erster Linie auf die interne Vernetzung mit anderen Abteilungen angewiesen ist, um sich entsprechendes Fachwissen anzueignen und relevante Informationen einzuholen.

Diese neuen Anforderungen an die Funktion Einkauf erfordern andere Qualifizierungsmaßnahmen für die Mitarbeiter und einen anderen Stellenwert innerhalb des Unternehmens. Zukünftig wird nicht der Preis primär entscheidend sein, sondern die Innovationen und Ideen, die die Prozesse beeinflussen werden, welche schlussendlich die Wirtschaftlichkeit und die Wettbewerbsfähigkeit verbessern. ■

**Fadime Sarikaya, Sarikohn**

stefan.weinzierl@holzmann-medien.de

AUSGEZEICHNETES KUNDEN- UND MARKTENGAGEMENT  
DIGITAL UND ANALOG MIT AUSGEZEIGNETER WASCHRÄUMHYGIENE

  
**IHR  
HYGIENE  
PARTNER**



PROFESSIONELL · PERSÖNLICH · PREISLEISTUNGSSTARK

● European  
○ Business  
○ Awards  
RSM

2017/18  
NATIONAL WINNER

  
**KURT  
MÜLLER**  
GROSSHANDEL FÜR HYGIENEBEDARF

WWW.MUELLER-HYGIENE.DE  
 02234 92 86 30