

## PRESSEMITTEILUNG

### **INDUSTRIELLE BESCHAFFUNG: NACHHOLBEDARF IN PUNCTO DIGITALISIERUNG**

*Neue Studie von ECC KÖLN und dotSource zeigt: Die Relevanz des Onlinekanals bei industrieller Beschaffung wächst. Auch Investitionen in Digitalisierung der Beschaffungsprozesse steigen, eine ganzheitliche Automatisierung der Prozesse ist jedoch noch nicht erkennbar. Digitale Services und Einsatz von KI bieten großes Potenzial für mehr Effizienz und Kundenzufriedenheit.*

**Köln/Jena, 07. März 2023** – Neue Technologien, Dienstleistungen und Systeme drängen in die Handelslandschaft und verändern die industrielle Beschaffung. Auch wenn der persönliche Kontakt im B2B-Beschaffungsprozess über alle Kaufphasen hinweg an erster Stelle steht, holt der Onlinekanal auf. Rund 80 Prozent der befragten Herstellerunternehmen gehen davon aus, dass die deutsche Industrie in naher Zukunft mehr über Onlinekanäle einkaufen wird. Entsprechend planen sechs von zehn Unternehmen trotz anhaltender Herausforderungen wie Preissteigerungen und Fachkräftemangel im nächsten Jahr mehr in die Digitalisierung ihrer internen Prozesse in der Beschaffung zu investieren als bisher. Das zeigen die Ergebnisse der dreiteiligen Studienreihe „Von Katalogen zu Klicks: Neue Wege in der industriellen Beschaffung“ des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit der Digitalagentur dotSource, für die 308 Mitarbeitende aus Herstellerunternehmen in Deutschland befragt wurden. Insgesamt wird das Digitalisierungspotenzial im Einkauf als sehr hoch bewertet: 84 Prozent sind davon überzeugt, dass sich das gesamte Tagesgeschäft digitalisieren ließe.

*„In der Umsetzung gibt es allerdings noch Nachholbedarf: Zwar sind einzelne Prozesse wie die Digitalisierung der Lieferpapiere oder die digitale Bestands- und Kostenkontrolle bei einigen Unternehmen bereits umgesetzt, eine durchgängige digitale Erfassung und Durchführung der Beschaffungsprozesse ist jedoch noch nicht erkennbar. Erschwerend kommt hinzu, dass knapp die Hälfte der Befragten über generelle Unklarheiten bei den Beschaffungsprozessen klagt,“ kommentiert Christian Otto Grötsch, Gründer und Vorsitzender des Verwaltungsrats der dotSource SE, die Studie.*

#### **Digitale Services in Kundenportalen: Angebot und Anforderungen gehen auseinander**

Fest steht: Mit der wachsenden Relevanz des Onlinehandels in der industriellen Beschaffung steigt auch die Erwartung an die digitalen Kanäle entlang der Customer Journey. Anbieter können insbesondere mit einem vielfältigen Zahlungsangebot (72 %) und detaillierten Informationen zu Verfügbarkeiten (68 %) punkten. Außerdem wird ein Kundenportal in diesem Kontext als besonders relevant eingestuft – sowohl auf Unternehmens- (78 %) als auch auf Beschaffenseite (79 %).

*„Damit ein Kundenportal Prozesse effizienter gestalten und zu einer positiven Customer Experience beitragen kann, gilt es, die angebotenen Services gut zu prüfen. Während Self Services für Beschaffende beispielsweise sehr relevant sind, werden diese von Unternehmen oft weniger hoch priorisiert. Zusätzlich unterscheiden sich die Anforderungen an solche Portale je nach Unternehmensgröße, weshalb Anbieter die verschiedenen Zielgruppen unbedingt im*

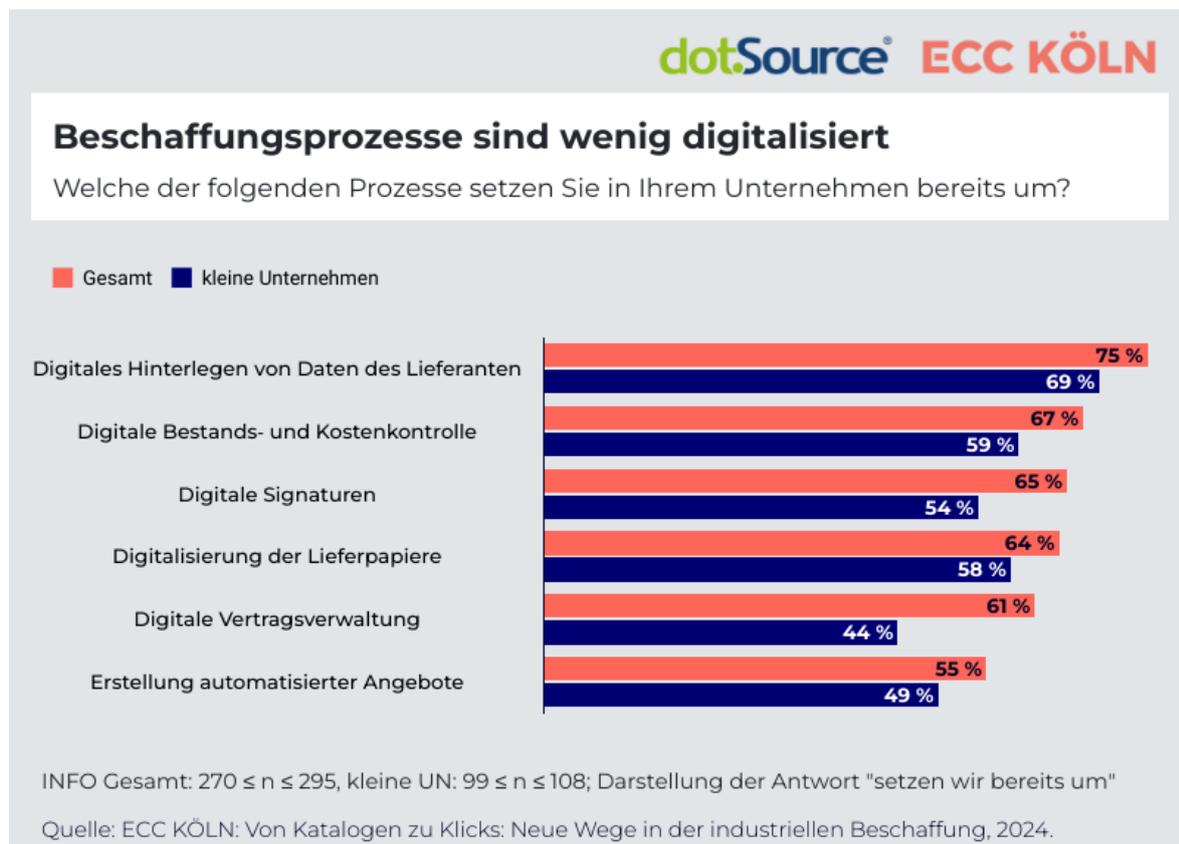
Blick haben sollten," so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

### KI in der Beschaffung relevant

Mehr als jeder zweite Befragte (55 %) findet den Einsatz Künstlicher Intelligenz in der Beschaffung interessant, insbesondere wenn dadurch Prozesse optimiert und Mitarbeitende entlastet werden. Zu den Top 3 der Einsatzmöglichkeiten von KI gehört für die Befragten die automatische Verbuchung von Zahlungseingängen (80 %), das Stammdatenmanagement (78 %) sowie die digitale Belegerkennung (76 %).

Wörter der Meldung: 475

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.648



Die Grafiken kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

### Über die Studie

In der dreiteiligen Studienreihe „Von Katalogen zu Klicks: Neue Wege in der industriellen Beschaffung“ untersuchen das ECC KÖLN und die Digitalagentur dotSource Beschaffungsprozesse in der deutschen Industrie im Hinblick auf ihren digitalen Reifegrad, Herausforderungen, Trends und weitere aktuelle Themen. Hierfür wurden 308 Beschaffende aus Industrieunternehmen online befragt. Teil 1 widmet sich dem Schwerpunktthema „Wie digital sind die Beschaffungsprozesse in der Industrie?“, Teil 2 dem Thema „Wie beschafft die Industrie?“ und Teil 3 der Frage „Welche Trendthemen gibt es zukünftig in der industriellen Beschaffung?“.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

### **Über das ECC KÖLN**

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händlern, Herstellern und Lösungsanbietern eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategieprofis rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: <http://www.ecckoeln.de>

### **Über dotSource**

Seit 2006 entwickelt und realisiert dotSource skalierbare Digitalprodukte für Marketing, Vertrieb und Services. Ob E-Commerce- und Content-Plattformen, Kundenbeziehungs- und Produktdatenmanagement oder Digital-Marketing und Business-Intelligence: Mehr als 500 Digital Natives verstehen sich als Partner ihrer Kunden, deren individuelle Anforderungen ab der ersten Idee einfließen. Dieser Kompetenz vertrauen Unternehmen wie hagebau, Kipp, BayWa, TROX, Würth, MEVACO, PERI, Conmetall Meister, Angst + Pfister und STIHL.

Mehr unter: <https://www.dotsource.de/>