



Einkauf mit SAP: Cloud-Lösungen treiben Digitalisierung voran

Die digitale Transformation bietet der Industrie enorme Chancen – nicht nur, was die Vernetzung ihrer Produktion, sondern auch der Einkaufsorganisationen betrifft.

TEXT: Sybille Hofmeyer
BILDER: ra2studio - Shutterstock.com

Ariba und S/4HANA gelten aktuell als die zentralen Stellhebel für die Digitalisierung des SAP-basierten Einkaufs. „Es sind vor allem die Cloud-Lösungen der neuen Echtzeit-ERP-Suite S/4HANA und des weltweit größten Business- und Lieferantennetzwerks Ariba, die das Rückgrat der Digitalisierung bilden“, erläutert Jean-Paul Wehrens, der beim IT-Beratungshaus apsolut als Mitglied der Geschäftsleitung für die strategischen Einkaufsprozesse verantwortlich ist. Denn damit sind Unternehmen in der Lage, schnell, kostengünstig und flexibel neue Lösungen umzusetzen, die die Effizienz und Effektivität ihrer Beschaffungsprozesse deutlich steigern.

Mehr Leistung für weniger Aufwand

Als Herzstück von S/4HANA vereinfacht die In-Memory-Plattform HANA die Zugriffsmöglichkeiten auf die Datenstrukturen, was zu deutlichen Performance-Steigerungen und besseren Ad-hoc-Reports, Analysen und Simulationen führt. Das Ariba-

Netzwerk wiederum stellt den Einkaufsorganisationen über Standardschnittstellen zahlreiche Dienste zur nahtlosen Zusammenarbeit mit den Lieferanten zur Verfügung. Durch die digitale Abwicklung von Angeboten, Verträgen, Bestellungen, Rechnungen und Zahlungen sinkt der Aufwand an Zeit, Geld und Ressourcen.

Weitere Vorteile bieten die S/4HANA- und Ariba-Lösungen durch die intuitive Oberflächentechnologie SAP Fiori. Da die Apps in individuellen Launchpads in Kachel-Optik integriert werden, erhalten die Einkäufer einen vereinfachten, personalisierten Zugriff auf die benötigten Funktionen, und zwar mobil auf jedem beliebigen Endgerät. Damit kommt Fiori gerade den Anforderungen jüngerer Anwender entgegen, die von den Kommunikationsgeräten und -Anwendungen am Arbeitsplatz den gleichen Komfort erwarten, wie sie ihn aus der Consumer-Welt kennen. Die Unternehmen profitieren beim Fiori-Einsatz von schnelleren Arbeitsabläufen und Kostensenkungen.

Digitale Roadmap erforderlich

„Wie und wann die neuen S/4HANA- und Ariba-Lösungen im SAP-basierten Einkauf eingeführt werden, sollte jedes Unternehmen im Rahmen einer digitalen Roadmap festlegen, die im Einklang mit der Unternehmens- und Einkaufsstrategie steht“, empfiehlt Jean-Paul Wehrens. Allerdings gilt es zu beachten, dass die Zeit für das aktuelle SAP Supplier Relationship Management-Release 7.0 (SRM) läuft. So zählt diese Lösung zu den Kernanwendungen der SAP Business Suite 7, für die SAP nach 2025 keine Wartung mehr durchführen wird. Das heißt konkret: Nach diesem Zeitpunkt werden die Anwender nicht mehr mit regelmäßigen Enhancement-Packages und Sicherheits-Updates versorgt. Daher sollten Unternehmen rechtzeitig mit der digitalen Transformation beginnen – zumal die cloudbasierten S/4HANA- und Ariba-Lösungen ständig weiterentwickelt und verfeinert werden.

Damit diese Lösungen ihr Innovationspotenzial entfalten, empfiehlt es sich, sie schrittweise in die bestehende Systemlandschaft in der Beschaffung einzubinden und mit modernen On-Premise-Lösungen in hybriden Szenarien zu kombinieren. Erst dann können die Altsysteme abgeschaltet werden.

Unterstützung durch Beratungspartner

Die erfolgreiche Einführung von S/4HANA und Ariba für den Einkauf erfordert ein methodisches Vorgehen. apsolut-Partner Wehrens rät Unternehmen, dafür auf die Unterstützung durch ein Beratungshaus zu setzen, das auf den elektronischen Einkauf mit SAP und Ariba spezialisiert ist: „Der Erfahrung nach schätzen die meisten Unternehmen ihren digitalen Reifegrad weitaus besser ein, als er tatsächlich ist. Hinzu kommt, dass viele SAP-Anwender stark verunsichert sind, welche Einkaufslösungen sie mittelfristig nutzen sollen.“

Im ersten Schritt sollte der Beratungspartner dem Unternehmen helfen, alle Stakeholder zu identifizieren, die von den Transformationsprojekten betroffen sind: Neben den Einkaufs- und IT-Mitarbeitern zählen dazu Anwender anderer Fachbereiche und ausgesuchte Lieferanten. Die Stakeholder sollten dann gemeinsam – zum Beispiel im Rahmen von Workshops – an der Entwicklung einer digitalen Strategie und einer daran ausgerichteten Einkaufsstrategie arbeiten. Dazu gehört, dass der Beratungs-

partner anhand systematischer Checklisten zunächst den digitalen Status quo und den daraus resultierenden Transformationsbedarf ermittelt. Im Ergebnis erhält das Unternehmen Handlungsempfehlungen für die strategische Ausrichtung seines SAP-basierten Einkaufs und wird bei der Umsetzung unterstützt.

Um sicherzustellen, dass die Mitarbeiter den digitalen Wandel mittragen, rät Jean-Paul Wehrens den Geschäftsleitungen, ein Change Management in Gang zu setzen. Kernstück sollte eine Kommunikationsstrategie bilden, die auf die Unternehmens-, Einkaufs- und IT-Strategie abgestimmt ist. Außerdem müssen die Mitarbeiter darüber informiert werden, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf die vorhandenen Arbeitsplätze hat: „Nur wenn ganz klar ist, welche Stellen wegfallen und welche neu entstehen, kann ein Klima gedeihen, das offen für den digitalen Wandel ist.“ ■

EFFIZIENTE LÖSUNGEN FÜR IHRE ANFORDERUNGEN

Getriebe

Turboladergehäuse

Motorblock

© **Spannrichtungen für die Bearbeitung nahezu aller PKW-Bauteile**

© **Jahreszählender Partner der Automobilindustrie**

© **Mehr als 60 Niederlassungen und Vertriebsstellen weltweit**

driven by technology

Unser Verständnis von konsequenter Kundenorientierung umfasst die Entwicklung von individuellen Lösungen auf dem gesamten Gebiet der Spann-technologie. Ob hydraulische oder pneumatische Spannvorrichtungen beispielsweise zum Spannen von Hinterradschalen, Achsschenkeln und Nurbelwellen oder Spannvorrichtungen für rotationssymmetrische Fertigungsteile. Und wenn es noch keine Lösung gibt, entwickeln wir sie!

RÖHM GmbH | www.roehm.biz | info@roehm.biz | Info-Hotline +49 7325 18 0