

Masterthesis:**Masterstudiengang:****Verfasser:****Betreuer:** Prof. Dr. Michael C. Hadamitzky &
Prof. Dr. Richard Sobotta**Abgabedatum:****Praxis****Theorie X****Ausgangslage und Problemstellung**

Digitalisierung hat Auswirkungen auf jede Branche und sämtliche Funktionsbereiche der Unternehmen. In diesem Zusammenhang stehen Unternehmen unter hohem Druck, ihre Prozesse kontinuierlich zu überwachen, zu aktualisieren sowie damit einhergehend anzupassen und zu verbessern, um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben. Allerdings wird das Digitalisierungspotenzial im Funktionsbereich Einkauf bei weitem nicht genutzt. Aufgrund dessen befindet sich die Einkaufsfunktion in einem Spannungsfeld, die durch die fortschreitende Entwicklung der Digitalisierung bedrängt und zur Veränderung aufgefordert wird.

Es ist in diesem Rahmen absehbar, dass der Einkauf vor einem Wandel steht, jedoch nicht, inwiefern dieser den Einkauf und die dazugehörigen Prozesse verändern wird.

Lösungsansätze

In dieser Thesis wurde aus diesem Grund zunächst der Stand der gegenwärtigen Situation in Bezug auf die Ansichten und Erwartungshaltungen über den zukünftigen Einkauf analysiert, um einen Überblick über die gegenwärtigen technologischen Konzepte hinsichtlich der Zukunft des Business-to-Business-Einkaufs zu erhalten.

Danach wurden die digitalen Technologien, die für den zukünftigen Einkauf von Relevanz sind, herausgearbeitet.

Anschließend wurden die Einflüsse der vorgestellten digitalen Technologien untersucht und in Zukunftsszenarien abgebildet, um darzustellen wie sich die Einkaufsfunktion in Zukunft verändern kann.

Masterthesis:

Ergebnisse

Im Rahmen dieser Arbeit konnten zunächst durch die Ist-Analyse über den gegenwärtigen Stand technologischer Konzepte in der Literatur Einschätzungen hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung des Einkaufs herausgestellt sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Konzepten herausgearbeitet werden.

Darüber hinaus wurde durch die Darstellung der Einflüsse von den digitalen Technologien auf die Einkaufsfunktion in den Zukunftsszenarien deutlich, dass die betrachteten digitalen Technologien den Einkauf verändern. Hierbei wurde insbesondere ersichtlich, dass die digitalen Technologien überwiegend unterstützende und informierende Einflüsse auf den Einkauf haben aber auch Automatisierungseinflüsse.

Fazit und Ausblick

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es zu einer Neuausrichtung der Einkaufsfunktion kommen wird und damit zu einer Weiterentwicklung des Einkaufs.

Die Zukunft des Business-to-Business-Einkaufs im Jahr 2030 ist dadurch nicht nur umgeben von digitalen Technologien, sondern liegt in den digitalen Technologien.