

Fast-Track Projects als Leuchttürme

OMV betreibt ganzheitliche Transformation zur wertorientierten Beschaffungsstrategie

OMV ist ein global agierender Erdöl-, Gas- und Chemiekonzern, der innovative Lösungen für eine Kreislaufwirtschaft entwickelt. Mit einem Konzernumsatz von 16,6 Mrd. EUR und einem Mitarbeiterstand von rund 25.000 (inkl. Borealis) im Jahr 2020 ist OMV eines der größten börsennotierten Industrieunternehmen Österreichs. Seit vier Jahren transformiert der 1956 gegründete Konzern mit Sitz in Wien seine Beschaffung digital. Das Ziel: Steigerung der Effizienz und Effektivität. Klaus Blachnik, Chief Procurement Officer (CPO) und Senior Vice President, und Martin Traxl, Leiter der Abteilung Strategie & Digitalisierung, schildern im Interview das ehrgeizige Projekt.



Klaus Blachnik, CPO und Senior Vice President, OMV



Martin Traxl, Head of Strategy & Digitalization, OMV

CHEManager: Herr Blachnik, Herr Traxl, im Rahmen der 2017 gestarteten Digital Journey verfolgt die OMV konsequent die Digitalisierung und Automatisierung der weltweiten Beschaffungsprozesse. Was waren die Auslöser für diese Transformation?

Klaus Blachnik: 2015/16 erreichten die Ölpreise extrem niedrige Werte, damit wuchsen auch die wirtschaftlichen Herausforderungen. Deshalb haben wir 2017 im Einkauf eine ganzheitliche Transformation gestartet, die Organisation, Personal, aber auch Prozesse und Systeme

in einer wertorientierten Beschaffungsstrategie integriert. Als Backbone haben wir uns für SAP entschieden mit S/4 und Ariba.

Martin Traxl: Vorher gab es, bedingt nicht zuletzt durch die internationale Ausrichtung der OMV und ihre zahlreichen Beteiligungen, alle möglichen Systeme, die punktuell und nicht unternehmensweit eingesetzt wurden. Das war historisch gewachsen, nicht nur bei uns, sondern mit Sicherheit auch bei Wettbewerbern. Beispielsweise hatten wir auch mehrere SAP-Mandaten/Systeme, die wir nun in eine neue, harmonisierte S/4Hana-basierte Landschaft transformieren.

Das Ziel war also die Harmonisierung der Systemlandschaft?

Klaus Blachnik: Das Ziel war, stringent ausgerichtete, integrierte Prozesssysteme flächendeckend in allen Gesellschaften und Ländern bereit zu stellen und das mit schnellem Roll-out. Diese angestrebte Lösung ermöglicht die gruppenweite Steuerung und Transparenz der Einkaufsprozesse bei signifikanter Effektivität und Effizienz, unter anderem durch eine hohe Automatisierung transaktionaler Prozesse. Die Ariba Cloud bietet zudem allen Nutzern einfache Möglichkeiten, Informationen, Daten und Dokumente auszutauschen.

Wie beurteilen Sie den Digitalisierungsstand in Ihrem Industriezweig generell?



© OMV AG

K. Blachnik: Die Öl-, Gas- und Chemieindustrie schläft nicht, bei Digitalisierung ist viel passiert. Zu uns selbst: Wir haben schon 2017 damit angefangen und sehr schnell wichtige Schritte gemacht, etwa die elektronische Signatur, die wir weltweit im Unternehmen einführen. Damit wurde der komplett papierlose Einkauf möglich, der uns in der Coronakrise extrem geholfen hat: Unsere Mitarbeiter konnten ins Homeoffice gehen und ohne jegliche Verzögerung und Verluste weiterarbeiten. Wir wissen aus Benchmarks, dass wir nicht nur sehr früh unsere Ziele erreichten – sie positionieren uns auch regelmäßig in den „Top-“ und „Leaders-“ Bereichen.

In welchen Schritten lief die Transformation ab?

K. Blachnik: Für die Digitalisierung haben wir im Einkauf eine eigene Abteilung gegründet, die von Martin geleitet wird. Dann haben wir in allen Bereichen die Dinge konsequent und systematisch weiterentwickelt. Die Migration aller Systeme in S/4 dauert natürlich ihre Zeit, da sind wir noch mittendrin, mit anderen Dingen sind wir schon fertig, etwa bei Ariba Sourcing und der elektronischen Signatur; auch bei SAP Central Procurement haben wir einen sehr guten Stand erreicht. Zudem ist ein neuer Aspekt dazugekommen, da wir im Herbst 2020 unseren Anteil an Borealis auf 75 % aufgestockt haben. Das bedeutet natürlich weitere Schritte: Dadurch kam Chemie zu Öl und Gas, was neue Herausforderungen bedeutet

und transformatorisch eine zweite Welle bedingt.

Ist die Transformation ein Avantgarde-Projekt der generellen OMV-Digitalisierung?

K. Blachnik: Da ist schon etwas dran. Als wir gestartet sind, haben wir mit dem Unternehmen festgelegt, dass wir bestimmte Einkaufsprozesse als Fast-track Projects laufen lassen, die dann auch als Leuchttürme im Unternehmen dienen: Wenn etwa die elektronische Signatur im Einkauf funktioniert, können sie auch andere Unternehmensbereiche nutzen und enorme Effizienzsteigerungen erreichen.

M. Traxl: In diesem Zusammenhang ist auch zu erwähnen, dass unsere Einführung von Central Contracting als Teil von SAP Central Procurement eine der ersten weltweit ist.

Welche digitalen Technologien begleiten und unterstützen die Transformation?

M. Traxl: Der Kern ist die SAP-Lösung, also Ariba, S/4 Central Procurement und die operativen S/4-Systeme. Darum herum bauen wir verschiedene Add-ons, wie RPA, Chat Bots oder Machine Learning Cases. Wir nutzen auch eine hochentwickelte Procurement-Analytics-Lösung, sowie ein

Fortsetzung auf Seite 19 ►

Advertorial

Digitale Wettbewerbsanalyse mit Handelsdaten

Kennen Sie Ihre Konkurrenz?

Mit der Globalisierung sind gleichzeitig auch die Abhängigkeiten im Welthandel erheblich gestiegen, was es für Unternehmen und Analysten heute deutlich aufwändiger macht, Märkte und deren Entwicklungen in Gänze zu durchdringen. Dies betrifft insbesondere auch die Analyse der weltweiten Akteure im Chemiegeschäft. Welche Unternehmen produzieren oder handeln Konkurrenzprodukte, und wer ist ein potenzieller oder bereits direkter Mitbewerber? Diese entscheidenden Fragen über die eigene Stellung am Markt können nun mit den digitalen Analysetools von ABRAMS world trade wiki leicht beantwortet werden.

Mit einer datenbasierten Wettbewerbsanalyse die eigene Marktstellung erkennen

Die Wettbewerbsanalyse umfasst alle Methoden und Maßnahmen, zur Gewinnung von Wissen und Erkenntnissen darüber, wie Wettbewerber in einem bestimmten Markt operieren. Durch das Wissen über die eigene Marktstellung, sowie die der Konkurrenz, wird die eigene Verhandlungsmacht offensichtlich. Künftige Geschäftsbeziehungen werden durch diese wertvollen Informationen nachhaltig erleichtert.

Die steigende Verfügbarkeit von Markt- und Unternehmensdaten, neuen Technologien zur erschwinglicheren Datenspeicherung und -verarbeitung sowie fortgeschrittenere Systeme zur Analyse und Visualisierung von Informationen eröffnen dabei Competitive-Intelligence-Verantwortlichen heute völlig neue Möglichkeiten, die operativen und strategischen Herausforderungen zu meistern.

Herausforderungen der Konkurrenzanalyse

Da zu einer Konkurrenzanalyse die Untersuchung der Produkte sowie der Vertriebs- und Marketingstrate-

gien der Mitbewerber zählen, sind meist weitreichende und dadurch sehr zeitintensive Recherchen notwendig.

Eine weitere Herausforderung ist die Bestimmung der Wettbewerber und ihrer Marktposition. Zwar sind oft einige direkte und indirekte Mitbewerber bekannt, doch es gibt immer noch verborgene Konkurrenten, die unerkannt auf dem eigenen Markt Handel betreiben.

Selbst wenn alle Wettbewerber bekannt sind, bleiben deren Handelspartner meist unbekannt. Besonders diese Wissenslücken können sich als kritisch erweisen, wenn die Konkurrenz an die eigenen Kunden verkauft oder die gleichen Zulieferer hat. Falls es Konkurrenten gelingt, mit diesen Handelspartnern Exklusivverträge abzuschließen, drohen dem eigenen Unternehmen immense Marktverluste.

Innovative Wettbewerbsanalyse mit ABRAMS world trade wiki

An dieser Stelle bieten die aufbereiteten Handelsdaten von ABRAMS world trade wiki wertvolle Einblicke durch umfassen-



de und zudem zeitsparende Analysen.

ABRAMS.wiki ist ein preisgekröntes, internetbasiertes Business

Intelligence und Data Analytics Portal, das aus einer Vielzahl weltweiter Datenquellen Milliarden von Handelsdaten aggregiert, systematisch

validiert, analysiert und harmonisiert. Es bietet intuitiv die Möglichkeit zur Suche, Analyse und Visualisierung von Handelsinformationen, um komplexe Handelsbeziehungen zu verstehen. Ebenso lassen sich Recherchen zu Markttrends durchführen und Geschäftsinformationen nutzen, um versteckte Risiken und neue Chancen im eigenen Markt aufzudecken.

Mit den Daten von ABRAMS.wiki sind handelsdatengestützte Wettbewerbsanalysen möglich, die Konkurrenten und ihre Produkte erfassen, sowie deren Handelsbeziehungen offenlegen.

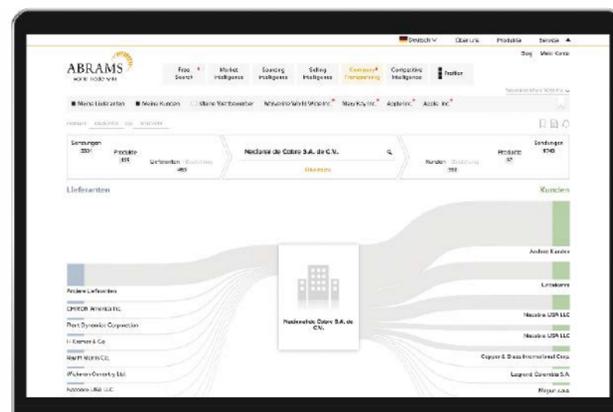
Entscheidend ist, dass durch diese Analysen auch Akteure erkannt werden, die dem eigenen Unternehmen am Markt bisher gänzlich unbekannt waren. Auch zukunftsorientierte Wettbe-

werbsanalysen werden somit möglich, um globale und potenzielle Mitbewerber frühzeitig zu erfassen.

Mehrere miteinander verknüpfte Tools ermöglichen es, schnell und einfach eine Wettbewerbsanalyse von unterschiedlichsten Ausgangspunkten zu beginnen und sämtliche Verkettungen zu verstehen. So kann mit einer produktseitigen Analyse begonnen werden und dann die Mitbewerber für diese Produkte ermittelt und deren Marktanteile in der zeitlichen Entwicklung evaluiert werden. Genauso kann eine solche Analyse auch unternehmensseitig gestartet werden, um Handelspartner und deren gehandelte Produkte zu ermitteln.

Handelsdatengestützte Wettbewerbsanalysen mit ABRAMS world trade wiki ermöglichen es, hohe Markttransparenz zu erzeugen, verborgene Konkurrenten zu erfassen und mit strategischem Wissen die eigene Verhandlungsmacht auszubauen.

Erfahren Sie mehr über Ihre Möglichkeiten mit ABRAMS world trade wiki und testen Sie die Lösung kostenlos und unverbindlich auf <https://de.abrams.wiki>



ABRAMS
world trade wiki