

## 5. Mercateo Executive Summit

# Digitalisierung stellt den Menschen in den Mittelpunkt der Wertschöpfung

**Berlin, 14. November 2017** – Die Auswirkungen der Digitalisierung auf gesellschaftliche Strukturen und unternehmerische Prozesse werden derzeit kontrovers diskutiert. Auch auf dem Mercateo Executive Summit, der vergangene Woche in der Humboldt-Box am Berliner Schloss stattfand, stand dieses Thema im Mittelpunkt. Vertreter aus Wissenschaft, Beratung und Politik sowie namhafter Unternehmen waren sich einig – die digitale Zukunft wird den Menschen auf neue Weise ins Zentrum der Wertschöpfung des Einkaufs stellen.

Automation, Blockchain, Big Data – Innovationen und Optimierungstools verändern Unternehmen und ihre Kultur. Digitale Prozesse sorgen für mehr Effizienz in der gesamten Wertschöpfungskette. Wird der Mensch in Zukunft ‚wegdigitalisiert‘?

„Maschinen können nicht alles, auch Maschinen müssen bedient werden“, erklärte Klaus Pause, Experte für Change Management und Director Corporate Solutions bei der adidas Group auf dem Mercateo Executive Summit. „Je mehr uns Maschinen die nicht wertschöpfenden Arbeiten abnehmen und mögliche Risiken reduzieren, desto effektiver kann der Mensch die eigentlichen Aufgaben wieder übernehmen: Kommunikation und Beziehung. Das gilt es herauszuarbeiten. Und dann muss Digitalisierung keine Angst mehr machen, sondern wird motivieren, uns mit ihr zu entwickeln“, ist Pause überzeugt. Mit dieser Einschätzung brachte er seine Erfahrung aus Positionen in verschiedenen Unternehmen ein, die er in der Vergangenheit bekleidete. Nach seiner Auffassung müssen immer auch die Mitarbeiter im Unternehmen für Digitalisierungsprozesse gewonnen werden. Gelingt das nicht, sind solche Projekte selten erfolgreich.

Mit der Frage, wie Digitalisierung und im Speziellen Plattformen dem Menschen als mächtige Werkzeuge dienen können, beschäftigt sich auch Mercateo Gründer Dr. Sebastian Wieser seit Jahren. Er stellte dazu eine einfache Rechnung auf: „Auf einer Plattform wächst der Nutzen für den Einzelnen mit der Anzahl der Nutzer.“ Wieser beschrieb damit den Grundgedanken der neuen B2B-Vernetzungsplattform Mercateo Unite, die am Abend den geladenen Gästen vorgestellt wurde. Mit der neuen Plattform stellt Mercateo die direkte Beziehung zwischen Anbieter und Einkäufer in den Vordergrund. Als neutrale Infrastruktur wird Mercateo Unite über Schnittstellen flexibel in Beschaffungssysteme und Prozesse der Kunden integriert. „Das Schnittstellenkonzept einer Plattform legt fest, wie viel Raum die Nutzer für eigene kreative Nutzungen und Erweiterungen haben – gerade in der Welt der Beschaffungsprozesse schlummert da enormes Potenzial und darauf ist Mercateo Unite ausgerichtet“, so Wieser. Für Anwender steht damit eine schlagkräftige Lösung zur Verfügung, die Kapazitäten für das schafft, was auch in Zukunft wichtig bleibt: Die Pflege von persönlichen Netzwerken und Kontakten.

Mit Bekanntgabe der Kooperation mit SAP Ariba im Juni dieses Jahres erhielt die neue Plattform auch internationale Aufmerksamkeit. Zu den Podiumsgästen des Abends gehörte deshalb Tony Alvarez, Senior Vice President SAP, der erläuterte, warum sich der weltweit führende Softwareanbieter für die Beschaffung industrieller Güter und Services, SAP Ariba, für Mercateo Unite als Partner in Europa entschieden hat: „Als ich sah, was Mercateo mit der Unite Plattform zu bieten hatte, ergab das eine perfekte Kombination. Für Einkäufer in großen Unternehmen, die SAP nutzen, möchten wir Sortimente mit hochwertigem Content anbieten, damit diese über unsere Software bezogen werden können. Mercateo teilt diese Vision – und bietet die gleiche unkomplizierte Lösung für Anbieter.“

Welche Vorteile die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen den Anwendern bietet, erläuterte Sebastian English, Head of Procurement Solutions Excellence bei SAP. Die Einkaufsorganisation von SAP ist mit zehntausenden internen Bestellern einer der Pilotkunden, die ihre adhoc-Bedarfe über die neue Lösung Ariba Spot Buy mit Mercateo Unite als Partner beziehen, bevor die Funktion Mitte 2018 in den europäischen Kernländern Deutschland, Frankreich und Großbritannien ausgerollt wird. Nutzer dieser Lösung können Bedarfe flexibler decken: „Der Anwender kann die Bedarfsanforderung entsprechend seiner Bedürfnisse gestalten, sich beispielsweise für einen optimalen Preis oder eine bessere Lieferzeit entscheiden.“

Eine Einschätzung, die Mercateo Vorstand Dr. Bernd Schönwälder bestätigt: „Standardisierung ist ein großer Treiber im Supply Chain Management und zu Recht einer der wichtigen strategischen Bausteine. Aber Digitalisierung kann und muss mehr leisten als Standardisierung. Zwischen Computern wird keine Kreativität freigesetzt, zwischen Menschen schon – das bringt auch in Zukunft große Wertschöpfung. Darauf setzt Mercateo Unite: Auf die Vernetzung der Menschen über die Lieferanten- und Kundenorganisationen hinweg.“



Podiumsdiskussion auf dem Mercateo Executive Summit 2017

[Foto: Mercateo]

## Über Mercateo

Mercateo vereint die Vorteile eines B2B-Marktplatzes und einer Vernetzungsplattform. Einkäufer, Lieferanten, Hersteller und Dienstleister verbinden über diese Infrastruktur ihre Systeme untereinander und wickeln Transaktionen digital miteinander ab, unabhängig von ihrem bisherigen Digitalisierungsgrad. Einkäufer und Anbieter gestalten so ihre Geschäftsprozesse durch Standardisierung effizienter und profitieren gleichzeitig von Angebotsvielfalt und direkten Beziehungen zu ihren Partnern: Einkäufer erhalten ein individuell passendes Angebot. Anbieter erschließen sich neue Zielgruppen oder fokussieren sich intensiver auf Bestandskunden und entsprechen so den Erwartungen der Kunden an effiziente Einkaufsprozesse und Service.

Neben der Vernetzungsplattform, die sich neutral zwischen Anbietern und Einkäufern im B2B-Bereich positioniert, betreibt Mercateo seit dem Jahr 2000 den mittlerweile größten B2B-Marktplatz Europas. Im Jahr 2016 steigerte Mercateo seinen Umsatz auf 228 Mio. Euro. Das Unternehmen beschäftigt europaweit mehr als 450 Mitarbeiter und ist derzeit in 14 Ländern aktiv.

Mehr Informationen zu Mercateo Unite:  
[www.unite.eu](http://www.unite.eu)

Pressemitteilung und Bilder zum Herunterladen:  
<http://www.mercateo.com/corporate/presselounge/pressemitteilungen>

### Pressekontakt:

Mercateo  
Melanie Schönrock  
Unternehmenskommunikation  
Tel.: +49 341 35 58 62 24  
E-Mail: [presse@mercateo.com](mailto:presse@mercateo.com)

Bachinger Öffentlichkeitsarbeit  
Wolfgang Exler-Bachinger  
Löwengasse 27 L  
60385 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 69 9 55 27 50  
E-Mail: [w.exler-bachinger@bachinger-pr.de](mailto:w.exler-bachinger@bachinger-pr.de)