

## Wissenseinkauf bereitet Kopfzerbrechen

Forscher befragen über 300 Experten zum Einkauf wissensintensiver Dienstleistungen und ermitteln großes Einsparpotential



Wissensintensive Dienstleistungen stellen rund 10 Prozent des Einkaufsvolumens deutscher Unternehmen – Tendenz steigend (Bild: KIT)

**Der Einkauf wissensintensiver Dienstleistungen - beispielsweise Beratung oder IT - stellt deutsche Unternehmen vor große Herausforderungen. Zu diesem Ergebnis kommt eine jetzt vorgelegte Studie des Karlsruhe Service Research Institute (KSRI) des KIT. Die Wissenschaftler befragten hierzu branchenübergreifend über 300 Einkaufsexperten. Mangelhafte Kommunikation zwischen den Abteilungen und fehlende Ergebniskontrolle identifizierten sie dabei als entscheidende Hindernisse für Einsparungen und höhere Qualität.**

Wissensintensive Dienstleistungen wie Managementberatung, Marktforschung, PR und Marketing oder IT-Services spielen eine immer wichtigere Rolle für die Wirtschaft. Rund 10 Prozent ihres Einkaufsvolumens wenden deutsche Unternehmen für sie auf - mit steigender Tendenz. Die Befragung von 300 Vertretern aus Branchen wie der Automobil-, Pharma- oder Medien- und Unterhaltungsindustrie durch die KSRI-Wissenschaftler ergab nun: Wissensinten-

**Dr. Elisabeth Zuber-Knost**  
Pressesprecherin

Kaiserstraße 12  
76131 Karlsruhe  
Tel.: +49 721 608-7414  
Fax: +49 721 608-3658

**Weiterer Kontakt:**

Jonas Moosmüller  
Presse, Kommunikation und  
Marketing  
Tel.: +49 721 608-8120  
Fax: +49 721 608-3658  
E-Mail: [jonas.moosmueller@kit.edu](mailto:jonas.moosmueller@kit.edu)

sive Dienstleistungen werden bislang kaum nach differenzierten Konzepten eingekauft. Bei der Beschaffung von Produktionsmaterialien oder anderen physischen Gütern sind diese längst Standard.

Die größten Probleme ermittelten die Wissenschaftler bei der oft mangelhaften Abstimmung zwischen den Fachabteilungen, die die Dienstleistungen in Anspruch nehmen, und dem zentralen Einkauf, der unter dem Druck steht, Verträge zu möglichst geringen Kosten abzuschließen. Ein zweites Problemfeld ist die oft fehlende Erfolgskontrolle. Zwar gaben 90 Prozent der befragten Experten an, Qualität sei ein zentrales Kriterium beim Einkauf wissensintensiver Dienstleistungen, in weniger als 50 Prozent der Fälle wurde diese jedoch nach Beendigung des Projekts auch tatsächlich gemessen.

Der große Nachholbedarf auf diesem Gebiet birgt jedoch auch enorme Chancen: Da wissensintensive Dienstleistungen derzeit für den Einkauf noch wenig transparent und schwer zu vergleichen sind, sehen die befragten Experten ein Einsparpotential von ca. 20 Prozent der Vertragsvolumina. Auch interne Prozesse, die fast die Hälfte der Befragten als problematisch ansahen, könnten zusätzlich um bis zu 30 Prozent effizienter gestaltet werden. Hinzu komme, so Professor Gerhard Satzger, Leiter der KSRI Forschungsgruppe „Service Innovation & Management“ und Initiator der Studie: „Unternehmen, die besonders gut in Auswahl, Einkauf und Steuerung von wissensintensiven Dienstleistungen sind, können sich bedeutende Wettbewerbsvorteile sichern“.

Das 2008 gegründete Karlsruhe Service Research Institute (KSRI) ist ein gemeinsam vom KIT und der IBM Deutschland GmbH getragenes interfakultatives Institut. Die KSRI-Forschungsgruppe Service Innovation & Management beschäftigt sich mit der Konzeption und Umsetzung neuer Dienstleistungsformen. Weitere Informationen unter [www.ksri.kit.edu](http://www.ksri.kit.edu)

**Das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts und staatliche Einrichtung des Landes Baden-Württemberg. Es nimmt sowohl die Mission einer Universität als auch die Mission eines nationalen Forschungszentrums in der Helmholtz-Gemeinschaft wahr. Das KIT verfolgt seine Aufgaben im Wissensdreieck Forschung – Lehre – Innovation.**

Diese Presseinformation ist im Internet abrufbar unter: [www.kit.edu](http://www.kit.edu)

Das Foto steht in druckfähiger Qualität auf [www.kit.edu](http://www.kit.edu) zum Download bereit und kann angefordert werden unter: [pressestelle@kit.edu](mailto:pressestelle@kit.edu) oder +49 721 608-7414.