



Schlechte Entscheidungsgrundlagen schaden laut Herstellern der Wettbewerbsfähigkeit

Whitepaper: Schnelle Geschäftsprozesse, Echtzeitinformationen und Zusammenarbeit sind Voraussetzungen für mehr Innovation und Wachstum

(ddp direct)München 14. März 2012 Schlechte Entscheidungsgrundlagen gelten bei Herstellern weltweit als Wachstumsbremse. Das geht aus einer Studie unter 378 produzierenden Unternehmen der Automobil-, Luftfahrt-, High-Tech-Elektronik- und Maschinenbauindustrie hervor. Die Erhebung wurde von IDC Manufacturing Insights durchgeführt und von Infor gesponsert. Das Whitepaper trägt den Titel: In Pursuit of Operational Excellence: Accelerating Business Change Through Next Generation ERP. Die Studie zeigt, dass Hersteller, die wachsen wollen, alle ihnen verfügbaren Daten analysieren müssen. So gewinnen sie größtmögliche Transparenz und sinnvolle Erkenntnisse. Nur so können sie daraus resultierende Auswirkungen auf ihr Geschäft beurteilen. Ungeeignete Systeme, schlechte Datenqualität und mangelnde Partnerintegration hindern sie jedoch daran, sinnvollere Entscheidungen zu treffen.

Ganze 60 Prozent der Hersteller gaben an, dass ihre Geschäftsprozesse und IT-Systeme es gegenwärtig erschweren, Entscheidungen zu fällen. Das behindere die Prozessoptimierung. Herstellern fehlen insbesondere Social-Networking-Funktionen innerhalb von ERP-Systemen, um geeignete Entscheidungsgrundlagen zu schaffen. Fragt man die Unternehmen danach, wie sie ihre Arbeitsabläufe und Entscheidungen verbessern würden, stehen drei Punkte ganz oben auf der Wunschliste: beschleunigte Geschäftsprozesse, in Echtzeit verfügbare Daten und Zusammenarbeit.

Die Studie wurde im Oktober 2011 unter produzierenden Unternehmen aus Deutschland, Australien, Brasilien, China, Frankreich, Indien, Italien, Japan, Katar, Russland, Saudi-Arabien, UK, USA und den Vereinigten Arabischen Emiraten durchgeführt.

News Points

Laut dem Whitepaper variieren die Hindernisse von Branche zu Branche. Die Luft- und Raumfahrt und der Maschinenbau bewerten uneinheitliche Daten in heterogenen Systemen als größte Herausforderung (67 Prozent beziehungsweise 68 Prozent). Automotive-Unternehmen weisen auf eine unzureichende Partnerintegration hin (77 Prozent), während die High-Tech-Elektronik-Branche fehlende oder ungenaue Daten verantwortlich macht (64 Prozent).

Schnellere Geschäftsprozesse (85 Prozent), der Zugang zu Echtzeit-Informationen (60 Prozent) und eine optimierte Zusammenarbeit (60 Prozent) werden als Schlüssel zur verbesserten Entscheidungsfindung in allen Regionen und Branchen genannt.

Zusammenarbeit und Social Networking sind auf der Agenda der Hersteller weit nach oben gerückt. Zwar gilt ihr Fehlen noch nicht als bedeutendste Einschränkung – nur vier Prozent der Teilnehmer wählten diesen Aspekt auf Platz eins der Hindernisse. Doch die beiden Begriffe gehen in allen Ranglisten als zweitwichtigster Minuspunkt für bestehende ERP-Installationen hervor. Damit nimmt das Social ERP einen neuen Rang für die Produktivität von Unternehmen ein. Etwa 35 Prozent aller Befragten gaben an, dass Mobile Computing und Social Networking die Art, wie sie in Zukunft arbeiten werden, komplett verändern werden.

Mit Blick auf die kommenden drei Jahre ist Geschwindigkeit entscheidend für die Hersteller. Schnelle Reaktionen auf geschäftliche Veränderungen sind gefordert – vor allem in der Luft- und Raumfahrt (71 Prozent) und in der High-Tech-Elektronik (78 Prozent). Zudem wünschen sich die Hersteller straffere Prozesse zur Produktivitätssteigerung (72 Prozent). Ein genauere Einblick (58 Prozent) und eine verbesserte Zusammenarbeit (42 Prozent) dominieren ebenfalls kurz- bis mittelfristig die ERP-Agenda.

IDC Manufacturing Insights Zitat:

Die Wirtschaft wächst weiterhin nur langsam. Die Hersteller scheinen darauf mit mehr Schnelligkeit und Beweglichkeit in allen Geschäftsbereichen zu reagieren", so Pierfrancesco Manenti, Head of IDC Manufacturing Insights, Europe, Middle East & Africa. Sie wissen, dass gezielte und schnelle Innovationen der Schlüssel zu Wettbewerbsvorteilen sind. Allerdings fehlen ihnen die geeigneten Entscheidungsgrundlagen, um zügig auf Anforderungen reagieren zu können. In Zukunft wird dies jedoch nicht mehr rentabel sein. Zukunftsorientierte Unternehmen benötigen Systeme, die schnelle Entscheidungen in Zusammenarbeit ermöglichen. Damit lassen sich innovative Wachstumsstrategien umsetzen."

Infor Zitat:

Es steht außer Frage, dass schnelle Entscheidungen auf hochwertiger Datenbasis Unternehmen erfolgreicher machen. Angesichts niedrigen Wachstums war Agilität noch nie so notwendig wie heute", sagt Andrew Kinder, Director Product Marketing bei Infor. Durch die kombinierte Nutzung von Transaktionsdaten und kontextfähiger Intelligenz lassen sich nicht nur schnellere, sondern auch sinnvollere und fundierte Entscheidungen treffen. Zum ersten Mal sehen die Hersteller zudem Social Networking als wesentlichen Faktor für eine stabile Entscheidungsbasis. Mehr als ein Drittel weist darauf hin, dass der Aufstieg von Social Media ihnen dabei hilft, auf neue Art und Weise zu denken und zu arbeiten."

Weitere Informationen

Um das vollständige von Infor gesponserte IDC Manufacturing Insights Whitepaper herunterzuladen, klicken Sie bitte auf diesen Link: <http://go.infor.com/tykerp-idc-report/?requestedContent=http%3A%2F%2Fgo.infor.com%2Fcontent%2Fwhitepapers%2F4742698%2F&gated=yes>

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/18zdgs>

Permanenter Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/software/schlechte-entscheidungsgrundlagen-schaden-laut-herstellern-der-wettbewerbsfaehigkeit-75896>

=== Andrew Kinder (Bild) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/8wl12g>

Permanenter Link:

<http://www.themenportal.de/bilder/andrew-kinder-65947>

Pressekontakt

Infor

Frau Tanja Hossfeld
Baldhamer Strasse 39
85591 Vaterstetten

tanja.hossfeld@infor.com

Firmenkontakt

Infor

Frau Tanja Hossfeld
Baldhamer Strasse 39
85591 Vaterstetten

infor.de
tanja.hossfeld@infor.com

Infor ist ein führender Anbieter von Geschäftssoftware und Services. In mehr als 164 Ländern und mit 70.000 Kunden versteht es Infor, bei den Kunden die Prozesse zu verbessern und das Wachstum voranzutreiben. Mehr Informationen über Infor finden sich unter www.infor.com.

Anlage: Bild

