

Interviewundersøgelse

Brug af virtuelle møder i indkøbsafdelinger i Tyskland

i samarbejde med Sørensen – Connecting Markets



Digitalisering i Tyskland

Fokus: B2B

Vi har gennemført interviews med 20 indkøbere med beslutningskompetence i et repræsentativt udvalg af brancher:



Construction



Automation



Marine



Plant
Engineering



Electric
Technology



MedTech



Wind

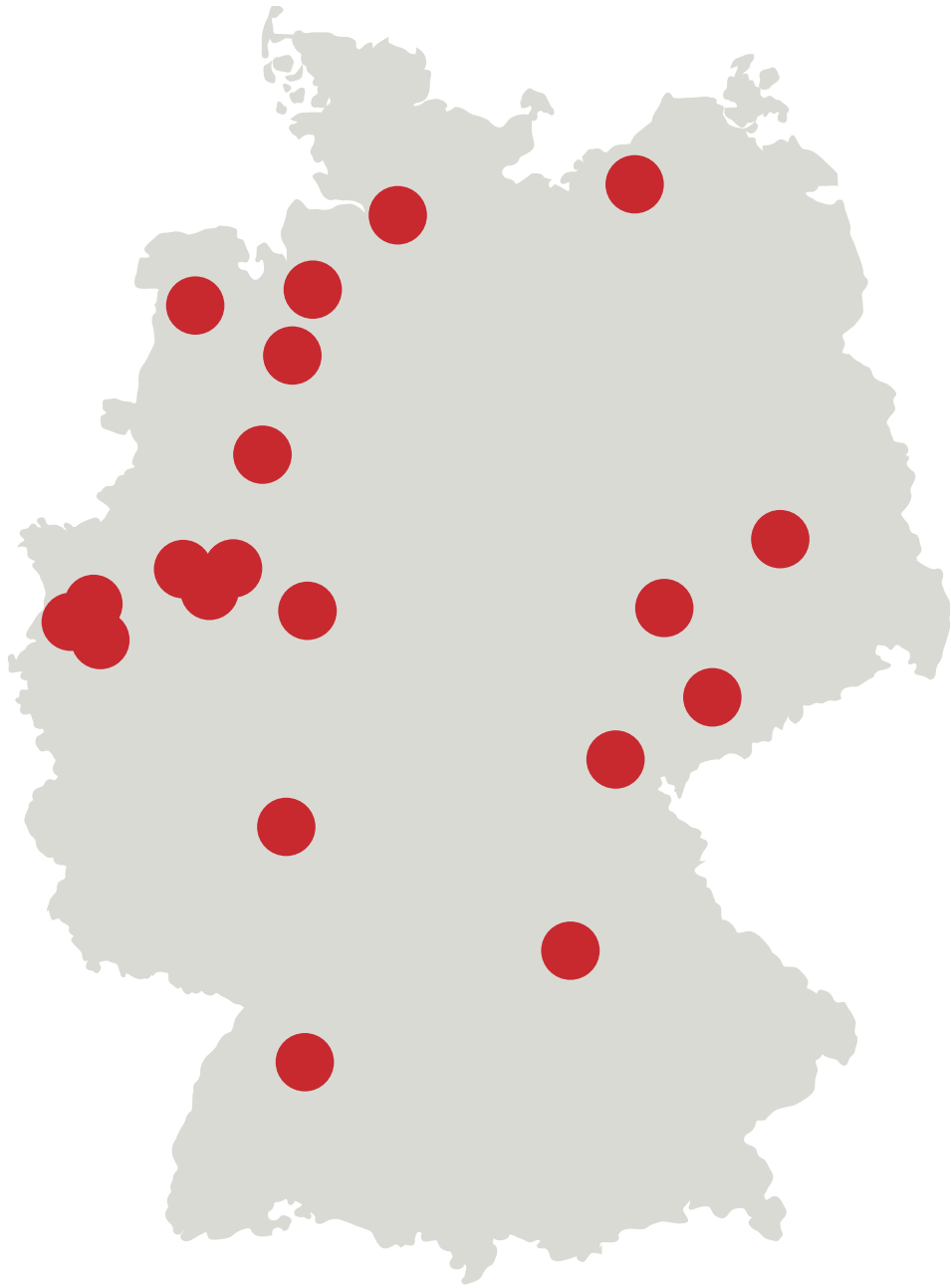
Indkøbsprocesser:
Fra en uge til flere år.

Standard vs. komplekse
komponenter eller
maskiner og anlæg.

Position	Branche	# medarbejdere
Indkøbschef	Automation	1765
Indkøber	Engineering, Robotics	35
Indkøbschef	Steel Manufacturer	54
Centralindkøb	Packaging, Logistics Marine	1600
Leder af indkøb og controlling	System Engineering	65
Indkøbschef	Printed Circuit Technology	900
Strategisk indkøber	Construction	10.000
Indkøbschef	Fittings Sanitary	550
Indkøbschef	Fibre Glass	100
Direktør, Indkøb og salg	Foodtech	200
Strategisk indkøber/Leder SCM	Automation	750
Indkøbschef	Airline, Foodtech	22.000
Indkøbschef	Test Control Units	30
Indkøber	Medtech	1000
Indkøbschef	Electric Technology	80
Team Leder indkøb/outsourcing	Construction Marine Supply	1670
CEO	Electronics	19
Indkøbschef	Manufacturing, Pharma, Food	200
Indkøbschef	Mechanical Engineering	148
Indkøber	Green Energy	3000

medarbejdere:

< 100: 6
 100 – 500: 4
 500 – 1000: 3
 >1000: 7

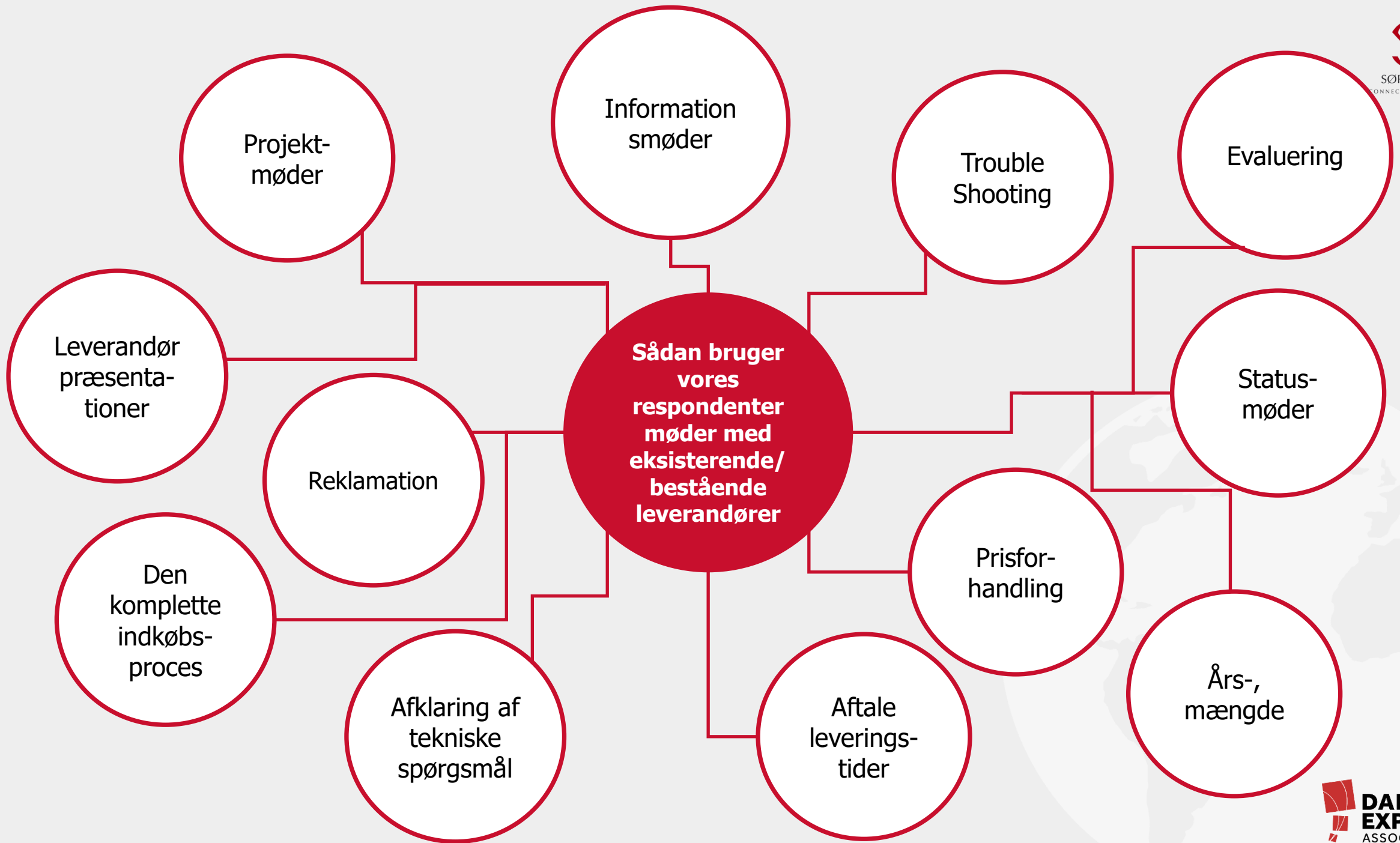


Spørgsmål

- Hvilken rolle spiller virtuelle møder i dialogen med internationale/nationale leverandører?
 - Bestående leverandører
 - Nye leverandører
- Hvilke typer af møder afholder I digitalt? Til hvilke opgaver kan I bruge de virtuelle møder?
- Hvornår og til hvilke formål oplever I, at de digitale møder ikke længere rækker? Hvor er grænsen mellem det virtuelle og det personlige/fysiske møde?
- Hvordan er indtrykket af danske leverandører ift. nationale leverandører og præferencer ift. nye leverandører?

Digitale møder med bestående udenlandske leverandører





Hvilken rolle spiller virtuelle møder ift. bestående leverandører?

- **100%** anvender virtuelle møder i dialogen med bestående leverandører. Både nationale og internationale.
- **80%** anser kombinationen af virtuelle og fysiske møder for vigtig. Antallet af fysiske møder kan begrænses – måske til 1 – 2 pr. år, og anvendes i forbindelse med mere komplekse projekter eller større forhandlinger.
- **20%** af indkøberne mener, at man helt kan undvære de fysiske møder.

- *"Fra henvendelsen, onboardingen til kvalifikatoinen og til aftalen og igangsættelse er alt muligt". Indkøbschef, Automatisering*
- *"Vi mødes stadig indimellem til et fysisk møde, ansigt til ansigt, men 90 procent af møderne foregår over MS Teams". Indkøbschef, Steel Manufacturer*
- *"Vi rejser ikke så meget som før, men vi mødes stadig med de vigtigste leverandører og kunder en eller to gange om året. Det er nødvendigt". Indkøbschef, Mechanical Engineering*
- *"Digitale møder er en del af hverdagen. Corona-situationen har gjort det lettere at implementere virtuelle møder". Centralindkøb, Packaging Logistics Marine*
- *"Online møder på MS Teams er standard for os. Dette muliggør hurtige beslutninger og er samtidig tidsbesparende. Derfor er det meget vigtigt for os". Team Leader Indkøb, Construction*

Fordele ved virtuelle møder?

- **100%** nævner, at de sparer tid.
- **100%** ser muligheder for en hurtigere problemløsning.
- **100%** mener, at de virtuelle møder giver en større fleksibilitet ift. tid og sted.
- Respondenterne nævner også:
 - Bedre work-life balance.
 - Klimahensyn.

*"Udover lavere omkostninger er det også hurtigere. Det er nemmere, og der skal ikke planlægges så meget for at aftale et videomøde. . Videomøderne er også mere effektive". **Indkøbschef, Pharma/Food***

*"Hellere 1 videomøde end 100 e-mails ...".
Indkøbschef, Automation*

*"Omkostnings- og tidsbesparende. Når jeg besøger leverandører bruger jeg fire-fem timer i bil hver dag. Nu kan jeg spare transportudgifter og -tid og jeg kan holde flere møder".
Indkøber, Mechanical Engineering*

*"Den næstbedste løsning efter et fysisk møde, fordi man kan se hinanden".
Indkøbschef, Automation*

Hvor kommer virtuelle møder til kort?

- Ved forhandlinger.
- Ved problemer/reklamationer.
- Ved komplekse tekniske drøftelser.
- Hvis man skal være mange tilstede.
- Hvis man skal røre ved produkter.
- Hvis man skal drøfte ting i produktionen.

"...jeg og mine kolleger foretrækker at mødes ansigt-til-ansigt hos leverandøren. Du kan opfange flere ting ved den direkte kommunikation, når du mødes personligt. Især i forhandlinger, hvor kropssprog, mimik osv., er en vigtig del af del af den samlede kommunikation".
Strategisk Indkøber/Supply Chain Manager, Automation

"Især med tekniske spørgsmål og gennemførlighed. Derudover er den personlige kontakt med leverandøren stadig afgørende". *Indkøbschef, Electric Technology*

Den personlige relation

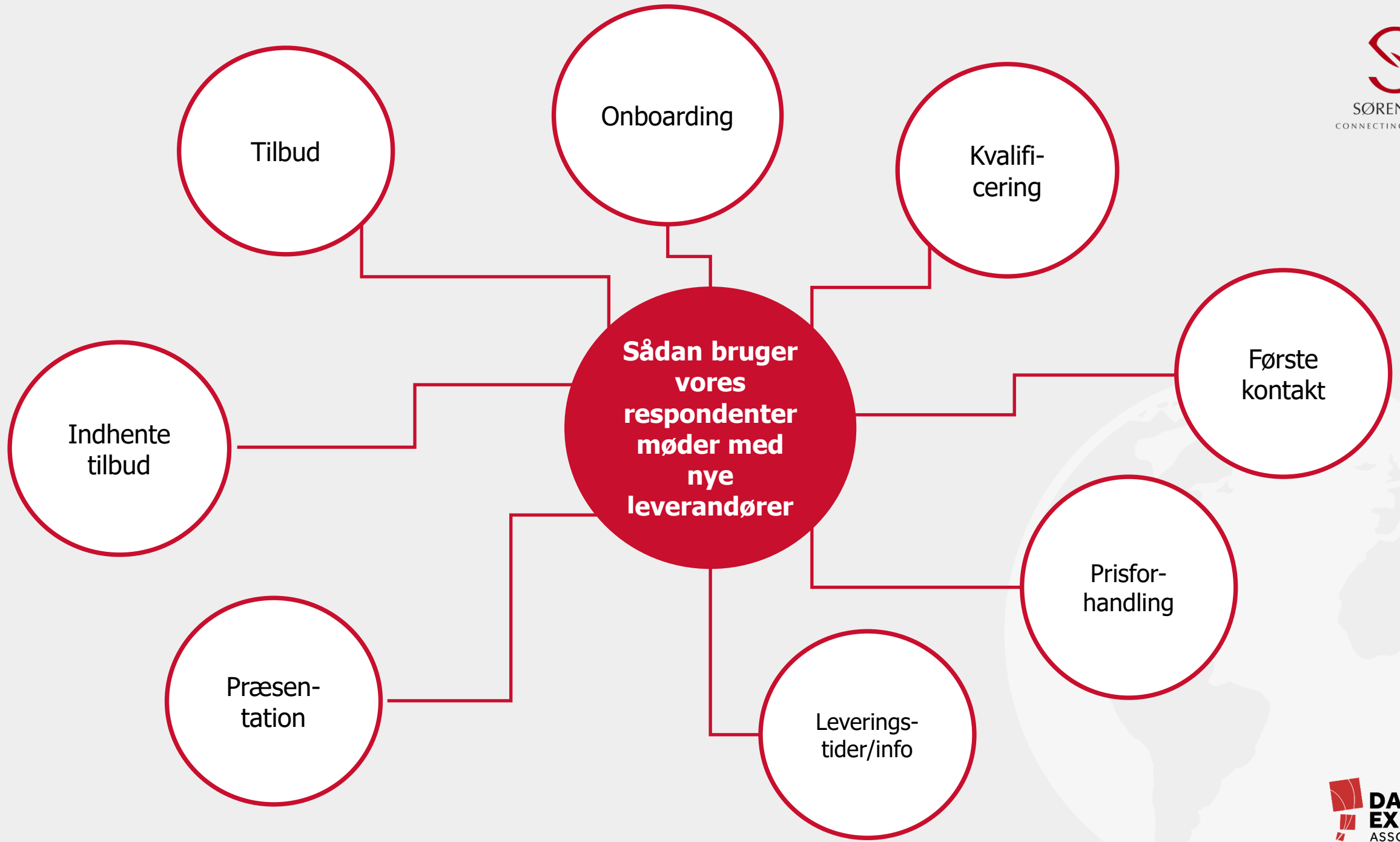
80%

*"Vi vil ikke udelukkende mødes virtuelt. Personlig kontakt er uerstattelig på det interpersonelle plan. Sympati er svær at formidle via virtuelle møder". **Indkøber, Packaging Logistics Marine***

*"Når der opstår problemer, synes jeg det er lettere, når man ser hinanden i øjnene. Det er selvfølgelig noget andet, når man udveksler ideer, mens man sidder ved bordet og spiser og drikker noget sammen og er sammen i en afslappet atmosfære, eller om det er via videoopkald". **Indkøbschef, Pharma***

Digitale møder med nye udenlandske leverandører





Hvilken rolle spiller virtuelle møder ift. nye leverandører?

- **100%** har haft virtuelle møder med nye leverandører. De ser det som en fin måde at lære hinanden at kende på. At se om der er interessante samarbejdsmuligheder.
- **mere end 80%** mener, at hvis man vil lære hinanden bedre at kende, må man mødes. Det er ikke muligt at opnå et dybere kendskab til hinanden virtuelt.
- **10%** anser både virtuelle og fysiske "lære-hinanden-at-kende møder" for overflødige. Mail og telefon rækker. Den faglige dialog er vigtigere end den sociale kontakt.

*"Til det første møde, den første kontakt, fungerer det rigtig godt med MS Teams".
Indkøb, Medtech*

*"Ikke passende til nye leverandører, snarere med eksisterende leverandører".
Team Leader, Indkøb/Outsourcing,
Construction*

"Selv med de nye leverandører er det i sidste ende et spørgsmål om, hvad deres priser er, og om de kan levere. Det kan du kommunikere i en e-mail, og hvis prisen ikke er i orden, er der ingen handel". CEO, Electronics

*"Man får en fornemmelse for hinanden gennem videoen".
Indkøbschef, Circuit Technology*

*"Vi bruger ofte virtuelle møder til den første kontakt med nye leverandører".
Indkøbschef, Sanitary Production*

Indtryk af danske leverandører



Danmark som en potentiel leverandør:
Pålidelig
Professionel
God kvalitet
Økonomisk stabil
Muligvis konservativ
Engageret
Beslutsom
Godt rygte
Troværdig
Fleksibel
Innovativ
Dyrere
Dygtig
Ærlig

Forskel på om det er en national eller international leverandør?

100%
siger nej!



Foretrukket medie ved første kontakt:



Mail
(E-mail med virksomhedsoplysninger)

Telefon

LinkedIn

— Blev nævnt af få respondenter

Præferencer ift. den første kontakt

Hvordan foretrækker tyske indkøbere at nye leverandører tager første kontakt?



– "Kort introduktion pr. telefon, men det er stadig bedre at modtage information på e-mail, som så kan læses i ro og mag". *Strategisk Indkøb, Construction*

– "Succes kommer når betingelserne er de rette. Disse er: billige markedskonforme priser, overholdelse af leveringstider og de aftalte betingelser". *Indkøbschef, Mechanical Engineering*



– "Så meget information som muligt på kort tid og gennemsigtighed med hensyn til priser og leveringsbetingelser. Hyppige spørgsmål er ret irriterende". *Indkøbschef, Electronic Technology*

– "Samtale på stedet". *Team Leader, Indkøb/Outsourcing, Construction Marine Supply*

– "Den første samtale er altid pr. telefon."
Indkøbschef, Manufacturer Pharma/Food

– "Ønsker ikke kontaktoptagelse, jeg vil hellere tage kontakt. Kun referencer, teknologi og priser tæller". *Indkøber, Green Energy*

Skal man kunne tale tysk?

JÅ!

*Og dog
De foretrækker tysk, men 100% siger,
at de også taler engelsk og kan
håndtere engelsk i indkøbsafdelingen**

** Et krav for at deltage i undersøgelsen var, at man havde internationale indkøbsaftaler.*



Corona har ført til mere åbenhed overfor virtuelle møder, men **den fysiske kontakt forbliver vigtig for tyske indkøbere.**



Telefon og e-mail **er fortsat foretrukne kommunikationsformer, men det virtuelle møde er kommet for at blive.**



Tak for opmærksomheden

Camille Markussen & Armelle Poulain – Naizu

Connecting Markets GmbH

Jägerweg 12

D-24941 Flensburg

Telefon: +49 461 999 19 707

Telefon: +45 36 99 02 45

Whats app: +43 664 121 9959