

Tradeshift®

Silos aufbrechen

Silos können zu Tunnelblick und geistiger Blindheit führen, die Menschen dazu bringt, dumme Dinge zu tun.“

— Gillian Tett



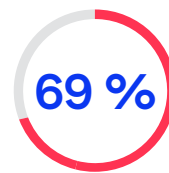
Ein Problem, das alle Unternehmen lösen müssen

Ihr Team zu einer fein abgestimmten strategischen Einheit umzuformen, ist nur der erste Schritt. Oder vielleicht sogar der einfachste. Das liegt daran, dass die Höhe des Mehrwerts, den ein Team alleine schaffen kann, begrenzt ist. Denken Sie einmal darüber nach – Sie könnten hart daran arbeiten, Ihr Kreditorenbuchhaltungsteam in eine Position zu bringen, in der es die meiste Zeit damit verbringt, Daten zu verarbeiten und wichtige Erkenntnisse für die Unternehmensstrategie zu gewinnen. Aber wenn niemand im Unternehmen diese Erkenntnisse wahrnimmt, können sie genauso gut wieder 100 % ihrer Zeit damit verbringen, Sonderfälle zu bearbeiten.

Das ist in vielen Organisationen ein großes Problem. Wir erleben oft, dass Teams viel Zeit und Mühe in die digitale Transformation investieren, um sich letztlich in fast der gleichen Situation wiederzufinden, wie vorher. Und das liegt daran, dass sie die bestehenden Silos nicht aufgebrochen haben. So generieren diese Teams nur einen Bruchteil der Wertschöpfung, die sie erzielen könnten, und das Unternehmen wird nicht anpassungsfähig.

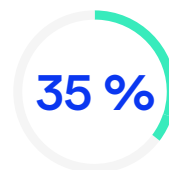
Es gibt zahlreiche Forschungsarbeiten, die dieses Thema beleuchten. [Der Deloitte-Bericht „Industrie 4.0“](#) stellt beispielsweise fest, dass Silos einer der drei Hauptgründe sind, warum Unternehmensleitungen Schwierigkeiten bei der Umsetzung von Transformationsstrategien haben. Die Studie [„DNA of the CFO“](#) von EY zeigt, dass 67 % der CFOs der Meinung sind, dass die Verbesserung der Geschäftspartnerschaft zwischen der Finanzabteilung und dem operativen Bereich eines Unternehmens eine wichtige Priorität ist.

Silos sind eindeutig ein Problem, das alle Unternehmen lösen müssen. Denn während man kleine taktische Probleme vielleicht isoliert beheben kann, erfordern die großen strategischen Herausforderungen eine abteilungsübergreifende Zusammenarbeit.



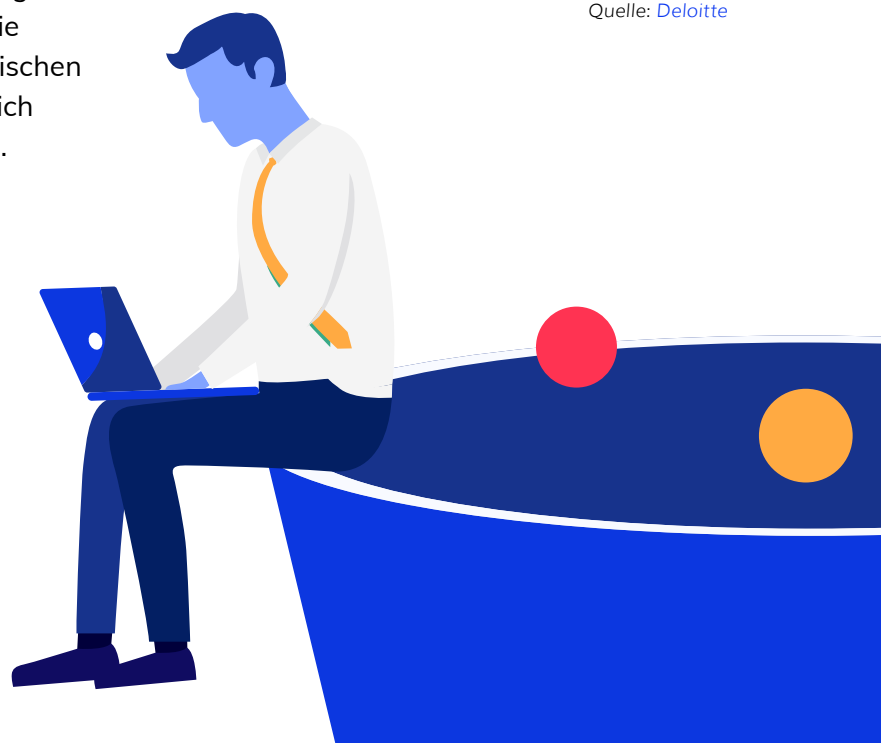
69 % der CFOs gaben an, dass der größte Fehler, den Unternehmen heute im Finanzbereich machen, darin besteht, Informationen in den einzelnen Abteilungen getrennt zu halten.

Quelle: [Adaptive Insights](#)



35 % der C-Suite-Führungskräfte geben an, dass organisatorische Silos einer der drei Hauptgründe dafür sind, dass sie nicht in der Lage sind, eine effektive Transformationsstrategie umzusetzen.

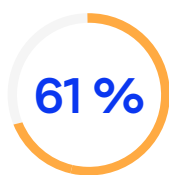
Quelle: [Deloitte](#)



Silos verstehen

Es ist angebracht, zunächst einmal Folgendes festzuhalten: Organisatorische Silos sind nicht grundsätzlich schlecht. Sie sind absolut sinnvoll, deshalb gibt es sie in fast jedem Unternehmen. In der Tat müssen sie existieren, damit Unternehmen funktionieren und sich vergrößern können, denn sie ermöglichen es den Unternehmen, Fachwissen, Fähigkeiten und Arbeitsfunktionen zu zentralisieren und so effizienter zu arbeiten. Stellen Sie sich vor, dass jeder, der in Ihrem Unternehmen in der Supply Chain arbeitet, jeden Tag ein bisschen von allem machen würde. Das wäre das reinste Chaos!

Wenn Silos also auf natürliche Weise entstehen, warum haben sie dann so einen schlechten Ruf? Der Grund dafür ist, dass bei der Unterteilung von Unternehmen in Abteilungen und Teams die Tendenz besteht, dass diese Teams isoliert denken. Diese haben die ganze Zeit nur ihre eigenen Prozesse im Blick. Die Ergebnisse ihrer Arbeit und die Auswirkungen auf das Unternehmen sind zweitrangig, solange sie ihre Ziele erreichen.



61 %

61 % der Unternehmen geben an, dass eine funktionsübergreifende Zusammenarbeit der richtige Weg ist, um ihre strategischen Ziele zu erreichen.



50 %

50 % der Unternehmen haben den Aufbau von exzellenten funktionsübergreifenden Fähigkeiten als eine betriebliche Herausforderung erkannt.



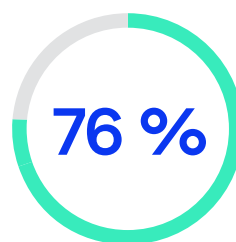
36 %

36 % der Unternehmen haben funktionsübergreifenden Fähigkeiten auf Unternehmensebene Priorität eingeräumt.

Quelle: PwC Global Operations Survey

Die Journalistin Gillian Tett bezeichnet Silos in ihrem Bestseller „The Silo Effect“ als „blind machend“. Sie sagt, dass Silos die Teams dazu zwingen, sich nur auf ihre eigene „Ziellinie“ zu konzentrieren, ohne dass sie darüber nachzudenken, was das für den Rest des Unternehmens bedeutet. Es geht nur darum, wie gut man im Kleinen abschneidet, und nicht darum, wie gut das Unternehmen funktionieren könnte, wenn alle Abteilungen zusammenarbeiten würden.

Diese isolierte Denkweise kann sich leicht verselbständigen. Und das führt letztlich zu vielen Problemen. Im besten Fall sind die Folgen Engstirnigkeit, organisatorische Ineffizienz und verschwendete Ressourcen. Aber es kann auch zu Paranoia führen, Teams gegeneinander aufbringen, sich negativ auf die Unternehmenskultur auswirken und Menschen zu irrationalen Aktivitäten verleiten.



76 %

76 % der CFOs sind der Meinung, dass ihr Unternehmen ohne „eine gemeinsame Wahrheit“ in allen Geschäftsbereichen Schwierigkeiten haben wird, seine Ziele zu erreichen.

Quelle: Accenture CFO Reimagined

Es gibt drei Arten von Silos

Organisatorisch

Organisatorische Silos entstehen, wenn Unternehmen skalieren und sich in spezialisierte Teams und/oder Funktionen aufteilen. Wenn sie nicht richtig verwaltet werden, führen diese Silos dazu, dass sich die Teams nur auf ihre Prozesse konzentrieren und die Auswirkungen ihrer Arbeit auf andere Teams außer Acht lassen.

Produktbezogen

Produktbezogene Silos findet man in sehr großen Unternehmen, wie Banken oder Technologieunternehmen. Diese Silos können auch negative Auswirkungen auf den Endnutzer haben. So beklagen Unternehmen häufig die mangelnde Standardisierung der verschiedenen Firmenkundenangebote bei Banken. Das liegt daran, dass diese Angebote aus Produktsilos kommen.

Geografisch

Geografische Silos sind ein immer häufiger auftretendes Problem, da Unternehmen die Vorteile der Globalisierung nutzen und sich in einem noch nie dagewesenen Tempo international ausbreiten. Wenn sie nicht sorgfältig verwaltet werden, können sich in den verschiedenen lokalen Niederlassungen eines Unternehmens unterschiedliche Kulturen und Arbeitsweisen entwickeln, die sich negativ auf die Effizienz und Produktivität auswirken.



10 Gründe, warum Silos schlecht für das Geschäft sind

Hier sind einige der offensichtlichen (und weniger offensichtlichen) Folgeerscheinungen, die Silos mit sich bringen.

- 1 Silos führen zu Ineffizienz**

Wenn Teams nicht zusammenarbeiten oder nicht regelmäßig kommunizieren, führt dies zu Ineffizienz im gesamten Unternehmen.
- 2 Silos kosten Geld**

Die Silos, die durch Silos entstehen, fordern ihren Tribut. Laut IDC verlieren Fortune-500-Unternehmen jährlich etwa 31,5 Milliarden US-Dollar, weil sie es versäumen, Wissen abteilungsübergreifend zu teilen.
- 3 Silos untergraben die Arbeitsmoral**

Silos können sich auch negativ auf die Arbeitsmoral der Mitarbeiter auswirken. Sie erzeugen ein toxisches Arbeitsumfeld und schüren Rivalitäten und Befindlichkeiten zwischen den Teams.
- 4 Silos begünstigen schlechte Entscheidungsfindung**

Silos bedeuten, dass es für leitende Entscheidungsträger unmöglich wird, einen vollständigen Überblick über die Geschehnisse im Gesamtunternehmen zu erhalten. Wenn sie also wichtige Entscheidungen treffen, die sich möglicherweise auf die künftige Ausrichtung des Unternehmens auswirken, dann tun sie das auf Basis von unvollständigen Informationen.
- 5 Silos erhöhen Risiken**

Silos setzen das Unternehmen einem höheren Risiko aus, Opfer von Finanzkriminalität zu werden. Wenn Abteilungen nicht zusammenarbeiten können, um sich durch Informationsaustausch gegen kriminelle Aktivitäten zu wappnen, setzen sie sich einem gefährlichen Risiko aus.
- 6 Silos schaden dem Kundenerlebnis**

Zudem spüren die Kunden die Auswirkungen von unterbrochenen und ineffizienten Prozessen, die durch Silos entstehen. Möglicherweise erhalten sie bestellte Ware nicht rechtzeitig, oder sie haben Schwierigkeiten, erbrachte Dienstleistungen zu bezahlen, oder sie erhalten keine Antworten auf ihre Fragen. In jedem Fall sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass sie zukünftig Einkäufe bei diesem Unternehmen tätigen werden.
- 7 Silos schaden Ihrer Supply Chain**

Operative Silos zwischen Kreditorenbuchhaltung, Beschaffung und Finanzen verhindern oft, dass Unternehmen Rechnungen pünktlich bezahlen. Dies kann sich für Ihre Lieferanten äußerst nachteilig auswirken, insbesondere bei kleineren Unternehmen, die ohnehin oft mit Cashflow-Problemen zu kämpfen haben.

8 Silos hindern das Unternehmen am Wachstum

Silos zwischen Kreditorenbuchhaltung, Debitorenbuchhaltung, Finanzwesen und Beschaffung hindern Unternehmen daran, Ihre Möglichkeiten zur Erschließung von Wertschöpfungspotenzialen umzusetzen. Nach Angaben von J.P. Morgan sind in den Supply Chains der S&P 1500-Unternehmen 460 Milliarden US-Dollar an Liquidität blockiert. Schon eine kleine Verbesserung des Betriebskapitals kann Unternehmen helfen, gewaltige Summen freizusetzen, die dann wieder reinvestiert werden können.

9 Silos wirken sich auf das Endergebnis aus

Bietet ein Unternehmen ein schlechtes Kundenerlebnis und ist es nicht in der Lage, in Forschung, Entwicklung und Innovation zu investieren, fällt es hinter seine Konkurrenten zurück. Das wirkt sich auf den Umsatz, den Gewinn und das Endergebnis aus.

10 Silos vernichten Unternehmen

Silos zerstören ein Unternehmen nicht auf direkte Weise. Aber sie sind oft die Ursache für gravierende Probleme, die dem Unternehmen schaden. Das ist ein Risiko für jedes existierende Unternehmen.

Silos in Aktion: die Geschichte von Sony

SONY

Eines der berühmtesten Fallbeispiele für geschäftsschädigende Silos ereignete sich 1991, als der japanische Technologieriese sein bahnbrechendes Walkman-Gerät neu auflegte.

Auf einer Veranstaltung in Las Vegas stellte Sony der Welt zwei verschiedene Walkman-Produkte vor. Das mag heute nicht ungewöhnlich klingen. Wir sind daran gewöhnt, dass zum Beispiel Apple ein- oder zweimal im Jahr eine Vielzahl neuer Produkte auf den Markt bringt. Aber es ging nicht darum, dass Sony – so wie Apple – das gleiche Produkt mit unterschiedlichen Spezifikationen oder in verschiedenen Größen vorstellte. Vielmehr brachte Sony zwei (und am Ende sogar drei) völlig unterschiedliche Produkte auf den Markt.

Es stellte sich heraus, dass jedes Walkman-Gerät eine andere proprietäre Technologie verwendete. Im Grunde handelte es sich um konkurrierende Produkte, die von ein und demselben Unternehmen entwickelt worden waren.

Der Grund für das Walkman-Debakel? Sie haben es sicher erraten: Silos.

Später stellte sich heraus, dass Sony in der gesamten Organisation Silos hatte und ganze Teams miteinander konkurrierten.

Infolgedessen konnte sich keines der beiden Produkte auf dem Markt durchsetzen, und die Produkte wurden ein Misserfolg für Sony. Das war ein erschütternder Moment für das Unternehmen. Damit verlor Sony seinen Status als Pionier der digitalen Musik, und Apple wurde einige Jahre später mit der Einführung des iPod zum dominierenden Anbieter.

Warum es sich lohnt, Silos aufzubrechen

Die Geschichte von Sony sollte jedes Unternehmen von heute erzittern lassen. Es ist ein anschauliches Beispiel für den Schaden, den Silos anrichten können. Und das Risiko ist noch größer in unserer heutigen Welt, wo Umwälzungen die neue Normalität sind und wo der Erfolg eines Unternehmens durch Agilität und Anpassungsfähigkeit definiert wird. Wenn Sie also Ihre Abteilung erfolgreich positionieren und Ihrem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Ihren Konkurrenten verschaffen wollen, müssen Sie daran arbeiten, diese Silos aufzubrechen.

Und natürlich weiß jeder, dass sich so etwas nicht über Nacht realisieren lässt. Silos in einem kleinen Unternehmen aufzubrechen ist bereits schwierig, ganz zu schweigen von einem großen multinationalen Unternehmen. Und je nach Ihrer Rolle im Unternehmen kann es sein, dass Sie nur begrenzt Einfluss nehmen können – normalerweise ist nur die Führungsebene in der Lage, die Silos im Unternehmen aufzubrechen.

Aber selbst das Niederreißen der Mauern zwischen einigen wenigen Teams kann bereits große Auswirkungen haben, insbesondere in der Supply Chain.

Die Verflechtung zwischen Kreditorenbuchhaltung, Beschaffung und Finanzen ist immens. Das Gleiche gilt für die Zugewinne, die sich durch eine engere Zusammenarbeit erzielen lassen. Sehen wir uns einige Beispiele dazu an. Diese zeigen, welcher Mehrwert durch eine Zusammenarbeit der Teams geschaffen werden kann.

KLUGE FRAGEN, DIE FÜHRUNGSKRÄFTE DER KREDITORENBUCHHALTUNG IHREN STAKEHOLDERN STELLEN MÜSSEN

- *Sollten wir Lieferanten frühzeitig, pünktlich oder verspätet bezahlen?*
- *Halten wir örtliche, staatliche, und ausländische Steuervorschriften und -bestimmungen ein?*
- *Verfügen wir über die notwendigen Kontrollen, um Betrugsfälle zu verhindern oder zu minimieren?*
- *Sind wir in der Lage, Auslandszahlungen elektronisch abzuwickeln?*
- *Tragen wir dazu bei, die Zufriedenheit der Lieferanten im Umgang mit uns zu verbessern?*
- *Erleichtern oder erschweren wir den Prozess für interne Stakeholder?*
- *Ist es einfach für andere, mit uns als Unternehmen zusammenzuarbeiten?*
- *Haben wir die Erfassung und Extraktion von Daten priorisiert?*
- *Verfügen wir über die technischen Möglichkeiten, Daten anzuzeigen und zu analysieren?*
- *Sind wir in der Lage, diese Daten in verwertbare Informationen zu verwandeln?*

Quelle: ARDENT

Ausrichtung der Kreditorenbuchhaltung und der Finanzabteilung

Zusammenarbeit bei der Bezahlung

Um das verfügbare Bargeld effektiv verwalten zu können, benötigt die Finanzabteilung einen möglichst umfassenden Einblick in das Cash-Management, damit strategische Entscheidungen zum Unternehmenswachstum getroffen werden können. Eine voll digitalisierte Kreditorenbuchhaltung hat sofortigen Einblick in alle Geschäftsunterlagen, die gemeinsam genutzt werden können - einschließlich Rechnungen, Bestellungen und Gutschriften. Die gesamte Finanzabteilung hat damit mehr Einfluss auf verfügbare Zahlungsbedingungen, erhält ein besseres Verständnis dafür, wann Zahlungen getätigt werden, und kann gemeinsam mit der Kreditorenbuchhaltung strategische Entscheidungen darüber treffen, wann Zahlungen erfolgen sollten.

Investitionen in frühzeitige Zahlungen

Die Finanzabteilung kümmert sich um die Verwaltung der Barmittel, und natürlich ist die Kreditorenbuchhaltung ein Teil der Abteilung, die die Barmittel verteilt. Sobald die manuellen Prozesse, die die Kreditorenbuchhaltung verlangsamen, automatisiert werden, kann sie Rechnungen in einem Bruchteil der Zeit bearbeiten. Je schneller die Zahlungen an Ihre Lieferanten gehen, desto mehr Möglichkeiten haben Sie, Skonti zu erhalten.

Risikomanagement

Das Risikomanagement ist nach zahlreichen regulatorischen Änderungen und einer weiter fortschreitenden Globalisierung sehr viel schwieriger geworden. Doch die Finanzabteilung und die Kreditorenbuchhaltung können ihre Daten nutzen, um schnellere Kundenprüfungsverfahren umzusetzen. Vollständig sichtbare Daten im gesamten Finanzteam ermöglichen es Ihnen und Ihren Kollegen, Ihre Händlerbeziehungen besser zu verwalten und Risiken zu erkennen, bevor diese entstehen.

Kreditorenbuchhaltung und Beschaffung

Bessere Nutzung des Betriebskapitals

Die meisten Unternehmen sind traditionell schlecht darin, Skonti zu kassieren. Tatsächlich nutzen die Unternehmen im Durchschnitt nur 12 % der Möglichkeiten, die für frühzeitige Zahlungen existieren. Nach einer [Untersuchung von Barclaycard](#) bedeutet dies, dass allein britische Unternehmen jedes Jahr 6,7 Milliarden Pfund nicht einfordern und somit ungenutzt lassen. Zwar ist die langsame Freigabe von Rechnungen oft die Ursache dafür, aber es gibt auch ein Silo-Problem, das hierbei eine Rolle spielt. Das liegt daran, dass die Kreditorenbuchhaltung die Beschaffung oft nicht über Verbesserungen in ihrem Rechnungsgenehmigungsverfahren informiert. Und ohne diese Informationen ist es für die Beschaffung fast unmöglich, das beste Angebot zu finden.

Management von Händlerbeziehungen

Während die Beschaffung die Beziehung zu den Händlern pflegt, sorgt die Kreditorenbuchhaltung dafür, dass diese pünktlich bezahlt werden. In den Augen des Händlers sind beide Abteilungen entscheidend für den Erfolg der Geschäftsbeziehung. Die Kreditorenbuchhaltung muss sich daher mit dem Einkauf abstimmen, um Strategien zu erarbeiten, die dabei helfen, produktive Beziehungen zu den Lieferanten des Unternehmens aufzubauen.

Interne Sichtbarkeit

Silos innerhalb einer Organisation bedeuten oft, dass die Führungsebene wichtige strategische Entscheidungen mit der Hälfte der verfügbaren Daten trifft – und wenn es tatsächlich die Hälfte ist, dann haben sie noch Glück gehabt! Eine enge Verknüpfung zwischen Kreditorenbuchhaltung und Beschaffung gibt dem CFO zwar nicht den vollen Überblick, aber sie liefert wertvolle Erkenntnisse über den Cashflow und verschiedene Leistungskennzahlen der Händler.

Kurzer Leitfaden zum Aufbrechen von Silos in der Supply Chain

Wenn Sie Ihre Ziele erreichen wollen, müssen Sie die organisatorischen Silos aufbrechen. Das ist etwas, was alle Teams tun müssen, die von taktischen zu strategischen Prozessen übergehen. Aber das ist nicht so einfach. Silos sind extrem schwer zu knacken und jedes Vorgehen erfordert Geschick, Konzentration und Geduld.

Das bedeutet jedoch nicht, dass Sie diese Aufgabe nicht bewältigen können. Es gibt zahlreiche Beispiele von Unternehmen, die ihre Silo-Mentalität überwinden, um mehr Harmonie, Zusammenarbeit und Flexibilität in ihren Organisationen zu schaffen. Obwohl es keine festen Regeln dafür gibt, können Sie durchaus einige Maßnahmen ergreifen, um dieses Ziel zu erreichen.

Wenn Sie also Silos aufbrechen und einen Wandel herbeiführen wollen, finden Sie hier ein paar gute Ideen, wie Sie das tun können.

Zerstören Sie die Datensilos

Man sagt, dass kluge Köpfe ähnlich denken. Das gilt ganz besonders, wenn es darum geht, die Silos zwischen Kreditorenbuchhaltung, Debitorenbuchhaltung, Finanzabteilung und Beschaffung zu durchbrechen. Aber kluge Köpfe können oft nur dann dieselben Gedanken haben, wenn sie Zugang zu den gleichen Daten bekommen. Und wie Sie sicher wissen, arbeiten die Teams viel zu oft nicht mit denselben Daten. Tatsächlich arbeiten sie oft mit sehr unterschiedlichen Daten, die in einer Vielzahl von verschiedenen Silos gespeichert sind. Und für **69 % der CFOs** ist dies der größte finanziell relevante Fehler, den Unternehmen heutzutage machen.

Der erste Schritt bei jedem Projekt zum Aufbrechen von Silos muss also darin bestehen, dass alle Beteiligten am gleichen Strang ziehen. Und damit meinen wir nicht, dass mehrere Vollzeitbeschäftigte Daten aus verschiedenen Systemen abrufen und Excel-Dokumente aktualisieren, die bald für niemanden mehr von Nutzen sein werden. Wir meinen damit die Suche nach einer nativen digitalen Plattform, die diese unterschiedlichen Systeme miteinander verbindet (oder ersetzt), um eine gemeinsame Wahrheitsquelle für Ihren gesamten Beschaffungs- und Zahlungsprozess bereitzustellen.

1. Schritt: Finden Sie heraus, welche Daten effektiv zwischen den Teams geteilt werden und wo Datensilos existieren.

2. Schritt: Implementieren Sie eine digitale Plattform, die alle Ihre unterschiedlichen Systeme miteinander verbindet, um eine gemeinsame Informationsquelle zu schaffen, mit der alle Teams innerhalb des Beschaffungs- und Zahlungsprozesses arbeiten können.

Formulieren und teilen Sie eine gemeinsame Vision

Ihr Unternehmen wird eine Vision und eine Mission haben, und Ihr Team ebenso (vor allem, wenn Sie unsere Leitlinien im 2. Kapitel befolgt haben). Doch zwischen beiden klafft oft eine große Lücke. Und genau deswegen brauchen Sie eine gemeinsame Vision für einen Großteil Ihrer funktionalen Organisation – in diesem Fall für alle Parteien, die am Procure-to-Pay-Prozess beteiligt sind.

Setzen Sie sich also mit anderen wichtigen Akteuren zusammen, um ein besseres Verständnis für deren Arbeit, Ziele und Ambitionen zu bekommen. Vergewissern Sie sich auch, dass Sie das Gesamtziel des Unternehmens genau kennen und wissen, welche Auswirkungen dies auf Ihre Arbeit hat. Davon ausgehend können Sie eine gemeinsame Vision für Ihre Teams entwerfen, die alle diese Faktoren berücksichtigt.

Die Kunst besteht darin, die Vision so einfach zu halten, dass sie für jeden verständlich ist, aber auch so mächtig, dass sich alle damit identifizieren können. Darüber hinaus ist es sinnvoll, die Vision auf ein realisierbares Ergebnis auszurichten. Sie können also nicht einfach sagen: „Unsere Vision besteht darin, gut für unsere Organisation zu arbeiten“. Vielmehr sollten Sie sagen: „Unsere Vision ist es, bis zum Zeitpunkt X einen Mehrwert für unser Unternehmen zu schaffen“.

Die Arbeit hört nicht auf, nachdem Sie die Vision ausgearbeitet haben. Im Gegenteil: Das ist der Moment, in dem die harte Arbeit beginnt, jedem Team zu vermitteln, was die Vision bedeutet, und jeden Einzelnen dazu zu bringen, sich mit dieser Bedeutung auseinanderzusetzen. Dabei handelt es sich auch nicht um eine Aufgabe, die Sie nur einmal machen müssen. Einzelpersonen und Teams können ganz schnell in schlechte Gewohnheiten zurückfallen. Die Führungskräfte müssen also sicherstellen, dass sie die Vision ihren Teams immer wieder vermitteln, damit diese Teil der alltäglichen Denkweise wird.



1. Schritt: Trommeln Sie ein Team zusammen und entwerfen Sie ein Visions-Statement für alle involvierten funktionalen Bereiche Ihrer Organisation.

2. Schritt: Kommunizieren Sie die Vision immer wieder in Ihren Teams, damit die darin zum Ausdruck gebrachten gemeinsamen Ziele auch gelebt werden und die Entscheidungen in Ihren Teams beeinflussen.

Förderung und Anreize für die Zusammenarbeit

Erinnern Sie sich daran, wenn in der Schule (oder vielleicht sogar an Ihrem Arbeitsplatz) der Sitzplan geändert wurde? Erinnern Sie sich an den Schock, die Angst, die Traurigkeit und die Wut, die Sie empfunden haben, als Sie erfuhren, dass man Sie von Ihrer gewohnten Person wegsetzen und neben jemand anderes platzieren würde? In einem Unternehmen mit Silos entstehen bei den Teams oft ähnliche Gefühle, wenn diese gebeten werden, mit einer anderen Abteilung zusammenzuarbeiten.

Es ist jedoch entscheidend, dass diese Ängste verschwinden, vor allem, wenn Ihr Team Erfolg haben soll. Ein Bericht des [Institute for Corporate Productivity](#) und des Babson College ergab, dass leistungsstarke Unternehmen bis zu 5,5 Mal häufiger Anreize für die Zusammenarbeit von Einzelpersonen, Teams und Führungskräften schaffen als Unternehmen mit niedrigerer Leistung.

Wie können Sie also Ängste abbauen und die Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen zur Norm machen? Zunächst müssen Sie die Zusammenarbeit verbal fördern und eine Kollaboration durch Besprechungen, funktionsübergreifende Projekte und verschiedene andere Managementtaktiken erleichtern. Zweitens, so die Führungskräfte, muss man Wege finden, um eine Zusammenarbeit auf die gleiche Weise zu messen und zu belohnen, wie die Leistung eines einzelnen Mitarbeiters.

1. Schritt: Arbeiten Sie mit anderen Teamleitern zusammen, um Projekte und Besprechungen zwischen den Teams zu organisieren.

2. Schritt: Finden Sie neue Wege, um die Leistung der Mitarbeiter in Ihrem Team zu messen, indem Sie Anreize für funktionsübergreifende Zusammenarbeit schaffen, so wie es sie bereits für die Arbeit von einzelnen Personen gibt.



Schulen und Weiterbilden

In der Vergangenheit erforderten einige Funktionen nur wenig Zusammenarbeit. Wenn Sie z. B. Rechnungen bearbeiteten, konnten Sie wahrscheinlich einfach Kopfhörer aufsetzen und den ganzen Tag mit keiner anderen Person sprechen.

Das ist natürlich so nicht mehr denkbar. Fachleute für Kreditorenbuchhaltung sollten, wie alle anderen im Unternehmen auch, nicht isoliert arbeiten. Aber es ist nicht einfach, Verhaltensweisen zu ändern, und das Zusammenarbeiten ist für Ihr Team vielleicht noch nicht selbstverständlich. Helfen Sie Ihrem Team, indem Sie formelle und informelle Schulungen nutzen, um Teamwork und Zusammenarbeit zu fördern.

Sie könnten außerdem wöchentliche Übungen zur Teambildung organisieren. Oder Sie könnten externe Experten einladen, um Soft Skills wie das Präsentieren oder das aktive Zuhören zu trainieren - nur um ein paar Beispiele zu nennen. Sie werden wahrscheinlich nicht sofort Ergebnisse sehen, aber wenn Sie auf diese Weise weitermachen, werden Sie eine Veränderung feststellen, die das volle Potenzial Ihrer Mitarbeiter und Ihres Teams freisetzt.

1. Schritt: Machen Sie eine Stärken-Schwächen-Analyse mit Ihrem Team, um die vorhandenen und fehlenden Soft Skills zu ermitteln.

2. Schritt: Stellen Sie ein einjähriges Lernprogramm für Ihr Team zusammen, das Verhaltensweisen fördert, die zu mehr Teamarbeit und Zusammenarbeit beitragen.

Benötigen Sie Hilfe beim Einrichten einer E-Procurement-Lösung?

Silos sind der Fluch eines jeden Unternehmens. Sie stehen der Innovation und dem Wachstum im Weg. Diejenigen, die hart daran arbeiten, Silos zu beseitigen, werden sich in den kommenden Jahren einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Aber es ist nicht ganz so einfach. Silos lassen sich nicht über Nacht beseitigen. Sie brauchen Geschick, Konzentration und kontinuierliche Anstrengung, um ans Ziel zu kommen. Doch die Ergebnisse sind die Arbeit wert und werden Ihr Team, Ihre Organisation und Ihr Unternehmen kollaborativer und anpassungsfähiger machen.



Über Tradeshift

Tradeshift fördert Supply-Chain-Innovationen für die digital vernetzte Wirtschaft. Als das führende Unternehmen für Supply Chain-Zahlungsabwicklung und -Marktplätze hilft das Unternehmen Einkäufern und Lieferanten, Handelstransaktionen zu digitalisieren, bei allen Vorgängen effektiv zusammen zu arbeiten und sich mit jeder beliebigen Supply-Chain-App zu verbinden. Mehr als 1,5 Millionen Unternehmen in 190 Ländern vertrauen auf Tradeshift. Mit einem Transaktionsvolumen von über einer halben Billion US-Dollar ist Tradeshift das größte internationale Geschäftsnetzwerk für Einkauf und Verkauf.

Erfahren Sie mehr unter tradeshift.com/de.

Diese Präsentation bzw. dieses Dokument kann Aussagen enthalten, die darauf abzielen, die allgemeine Produktausrichtung und Vision von Tradeshift oder andere Erwartungen oder Pläne für die Zukunft zu umreißen. Einige davon können nach den Wertpapiergesetzen oder -vorschriften als „zukunftsgerichtete Aussagen“ gelten. Solche Aussagen beziehen sich auf zukünftige Ereignisse und unterliegen Risiken und Unsicherheiten, was dazu führen kann, dass die tatsächlichen Ergebnisse erheblich abweichen können. Wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den zukunftsgerichteten Aussagen unterscheiden, sind unter anderem die Fähigkeit von Tradeshift, neue Produkte zu entwickeln und zu vermarkten, die Marktbedingungen, der technologische Wandel, die regulatorischen Anforderungen und der Wettbewerb. Diese Präsentation bzw. dieses Dokument dient nur zu Informationszwecken, ist kein Garantiebeleg und darf nicht in einen Vertrag aufgenommen werden. Es stellt keine Verpflichtung zur Lieferung von Materialien, Codes, Dienstleistungen oder Funktionen dar und darf bei Kauf- oder Investitionsentscheidungen nicht als verlässlich angesehen werden. Jegliche Entwicklung, Freigabe und zeitliche Abstimmung der für die Produkte von Tradeshift beschriebenen Features oder Funktionen liegt im alleinigen Ermessen von Tradeshift, Inc. und seinen verbundenen Unternehmen.

© 2020 Tradeshift Holdings, Inc. oder ein mit Tradeshift verbundenes Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten. Der Tradeshift Global Health of Trade Index und dieser Artikel sind urheberrechtlich geschützte Werke. Dieses Dokument ist durch US-amerikanische und internationale Gesetze zum Urheberrecht und geistigen Eigentum geschützt. Es darf mit folgendem Vermerk verlinkt und querverwiesen werden: „Tradeshift © 2020 Tradeshift Holdings, Inc.“ Tradeshift ist eine eingetragene Marke oder Marke von Tradeshift Holdings, Inc. in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Gerichtsbarkeiten. Alle anderen in diesem Artikel erwähnten Marken und Namen können Marken der jeweiligen Unternehmen sein.

Dieser Artikel dient nur zu Informationszwecken, basiert auf einem Ausschnitt von Industriedaten und erweist sich möglicherweise nicht als eine genaue Darstellung des Handelsvolumens. Tradeshift gibt keinerlei Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Genauigkeit dieser Informationen.