SPAR: IT-Initiativen an der Unternehmensstrategie ausrichten – mithilfe von Value Management

Das Handelsunternehmen SPAR nutzt die Vorteile eines ganzheitlichen Value-Management-Ansatzes. Mithilfe der Value-Engineering-Methodik von SAP® hat SPAR ein einheitliches Verständnis zwischen IT und Business geschaffen, um so gemeinsam Wertpotenziale im gesamten Unternehmen zu heben. Die IT-Abteilung wird verstärkt als strategischer Partner zur Umsetzung der Unternehmensstrategie wahrgenommen.

Überblick

Unternehmen
SPAR Österreichische Warenhandels-AG

Hauptsitz
Salzburg, Österreich

Industrie
Groß- und Einzelhandel

Produkte und Services
Lebensmittel, Sportartikel

Mitarbeiter
70.000

Umsatz
€ 11 Mrd.

Unternehmenswebsite
http://unternehmen.spar.at

VALUE MANAGEMENT

Die wichtigsten Ziele:
- Unterschiedliche Unternehmensbereiche an einem gemeinsamen Value-Management-Ansatz ausrichten
- Wertbeitrag von IT-Initiativen quantifizieren
- Notwendige Prozessveränderungen zum Erschließen von Wertpotenzialen identifizieren

Das Vorgehen:
- Wichtigste Handlungsfelder und Potenziale auf Basis durchgeführter Benchmarks ermittelt
- Value-Management-Werkzeuge zur Erstellung von Business Cases in der Beschaffung eingesetzt
- Zwei hausinterne SAP Value Academies durchgeführt

Die Erfolge:
- Etablierung von Benchmarking als strategisches Management-Tool
- Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses zwischen Business, Business Process Management und IT, um Wertpotenziale zu erkennen
- Gewachsene Bedeutung von BPM und IT als strategische Partner

„Value Management ist unser neuer Ansatz bei SPAR, um IT-Initiativen an der Unternehmensstrategie auszurichten."

Martin Stix, Leiter Prozessmanagement, SPAR Österreichische Warenhandels-AG

ERREICHTE ERGEBNISSE

6
Länder berücksichtigt in Business Cases für die Beschaffung

13
Business Cases in der Spar Gruppe erstellt

2
interne SAP Value Academies mit Beteiligung von Business Process Management und IT

CMP17781 (11/12)