



## Value Creation mit Big Data in der Pharma Supply Chain

### Management Summary

Als sich die Welt mit Covid19 im Ausnahmezustand befand, wurde schnell klar, dass die bisherigen Anstrengungen für eine robuste Lieferkette nicht ausreichten. Um auf diese neue Situation zu reagieren, wurden Geschäftsprozesse zunehmend datenabhängig und die aus den Daten gewonnenen Erkenntnisse werden als Instrument zur Verbesserung der Supply Chain Performance genutzt. Dabei kann Big Data den Unternehmen helfen, das Geschäftsumfeld besser zu verstehen und so den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.

Aus dieser Problemstellung leitete sich die Forschungsfrage «Inwiefern kann Big Data im Supply Chain eine Wertschöpfung für die Pharmaindustrie schaffen?» ab. Ausgehend von der bestehenden Forschung zu Big Data und der Wertschöpfung in der Lieferkette müssen Unternehmen Big Data erst noch nutzen, um ihre Lieferkettenprozesse umzugestalten. Die Anwendung von Big Data und deren Value Creation in der Pharma Supply Chain wurde bisher noch nicht untersucht, weshalb innerhalb dieser Arbeit zehn Experteninterviews durchgeführt wurden.

Die Ergebnisse zeigten, dass die Pharmaunternehmen mit dem Digitalisierungsschub durch Covid19 auf dem Weg zum Aufbau eines unternehmensweiten Big Data Ecosystems zur Realisierung der Wertschöpfung von Big Data in der pharmazeutischen Lieferkette sind. Wertschöpfung bedeutet in diesem Fall die Steigerung von Effizienz und Effektivität in der Supply Chain, indem das Big Data Ecosystem die Grundlage für die Entscheidungsunterstützung auf operativer und strategischer Ebene liefert.

Aus dem Interviewteil Hindernisse und Herausforderungen geht hervor, dass es für die Unternehmen und ihre Mitarbeiter wichtig ist, eine digitale Strategie zu etablieren und diese entsprechend auf die Unternehmensbereiche herunterzubrechen.

Weiterführende Forschung hinsichtlich der Wertschöpfung von Big Data in der Pharma Supply Chain könnte in den folgenden Bereichen liegen: Real Time Big Data, die Sensibilität der Daten und die Auswirkungen des Reifegrads des Unternehmens auf die Big Data Wertschöpfung.

### Abbildung:

*Aus den Interviews abgeleitete Hauptkategorien*

Kategorisierung	
<b>I</b>	<b>Value Creation Strategie</b>
1.2	Strategie
1.3	Big Data Ecosystem
1.4	Daten Charakteristik & Datenquelle
1.5	Systeme (Zum Beispiel, ein Betriebssystem)
<b>II</b>	<b>Systeme zur Entscheidungsunterstützung</b>
2.1	Systeme zur Entscheidungshilfe
2.2	Operative Entscheidungen
2.3	Strategische Entscheidungen
<b>III</b>	<b>Effektivität &amp; Effizienz im Unternehmen</b>
4.1	Effektivität & Effizienz
4.2	Technologie
<b>IV</b>	<b>Unternehmensorganisation</b>
3.1	Stil
3.2	Struktur
3.3	Stammpersonal
3.4	Spezialkenntnisse Kernkompetenzen
3.5	Motivationsfaktoren (Incentives)

**Autor:** Julia Schweizer

**ReferentIn:**

MA (UWTSD), BSc (hons) (The OU), Nicole Montag-Keller

