

THE UGLY TRUTH ABOUT DIGITAL

BE AS DIGITAL AS YOUR CUSTOMERS.
OR MAYBE MORE.

GUNDULA ULLAH & MORITZ VOGT
PROCUREMENT SUMMIT 2020



UNSERE MISSION.

- 1 WIR SIND **»»» FUNKE**
- 2 DIGITAL EINKAUF IST **ANDERS**
- 3 WIR VERSTEHEN **START-UP** JUNKIES
- 4 UND VEREINEN **UNCOOL** UND **COOL**
- 5 WIR **DIGITALISIEREN** UNS & ANDERE





WIR SIND

»»» FUNKE



INSIGHTS: WIR BEI

01

FUNKE SCHREIBT GESCHICHTEN

An fünf Standorten in Deutschland bieten wir unseren Lesern qualitativ hochwertige und crossmediale Nachrichten, Geschichten und Dienstleistungen

03

DIGITAL GROWTH

Durch Beteiligungen in namhaften Start-Ups mit Sitz in Berlin, Hamburg und München adressieren wir junge Zielgruppen

»»» FUNKE

02

DER FOKUS

Der Fokus von FUNKE liegt auf regionalen Medien, Frauenzeitschriften und TV Programm Zeitschriften und deren digitalen Geschwistern

04

KOMPLEXITÄT

FUNKE ist mit ungefähr 200 Gesellschaften, 6500 Mitarbeitern und 16000 Zustellern ein komplexes Unternehmen



UNSERE PRODUKTE & PORTALE



FAKTEN SIND UNS AM LIEBSTEN

REGIONALE MEDIEN

Jeden Tag erreichen unsere regionalen Medien..

- 11,99 Mio. User im digitalen Umfeld
- 4,0 Mio. Menschen lesen unsere Tageszeitungen
- 1,8 Mio. Menschen hören unsere Radiosender
- 6,86 Mio. Kontakte mit unseren Anzeigenblättern

&

ZEITSCHRIFTEN

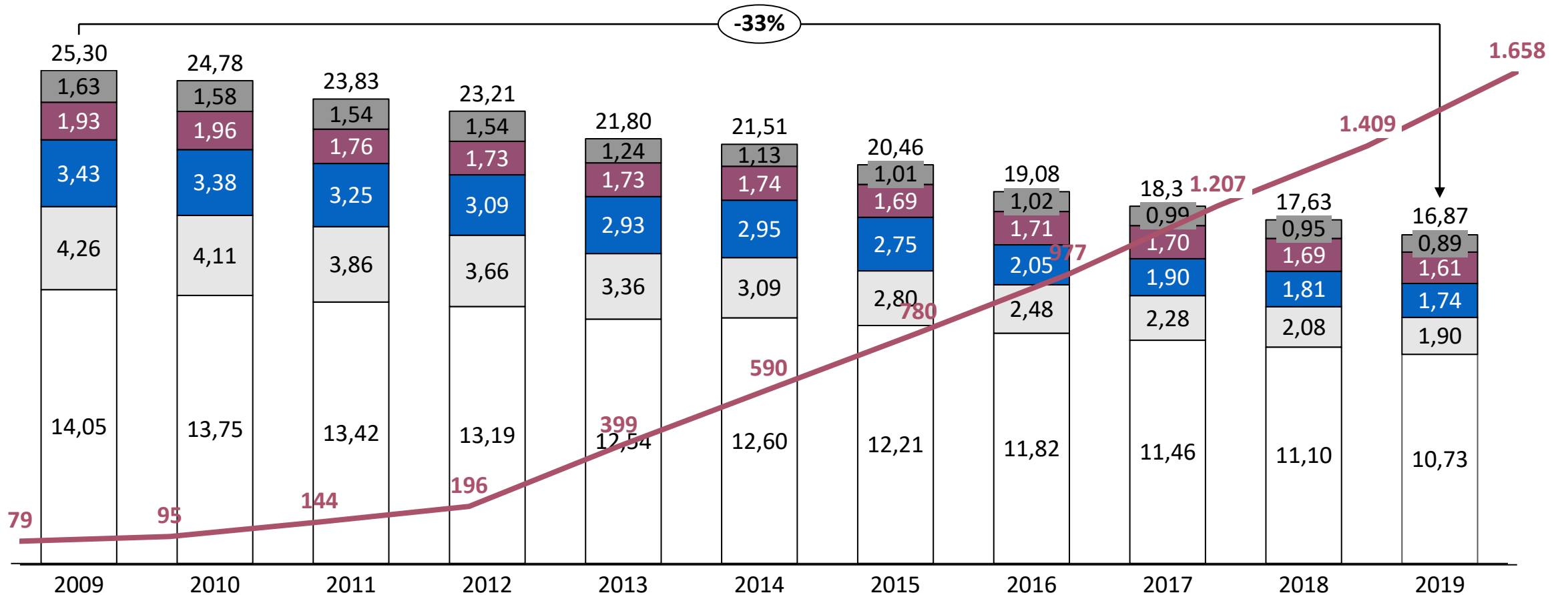
Und unsere Zeitschriften..

- 15,0 Mio. Leser unserer wöchentlichen Titel
- 6,0 Mio. Leser unserer zweiwöchentlichen Titel
- 4,0 Mio. Leser unserer monatlichen / zweimonatigen Titel



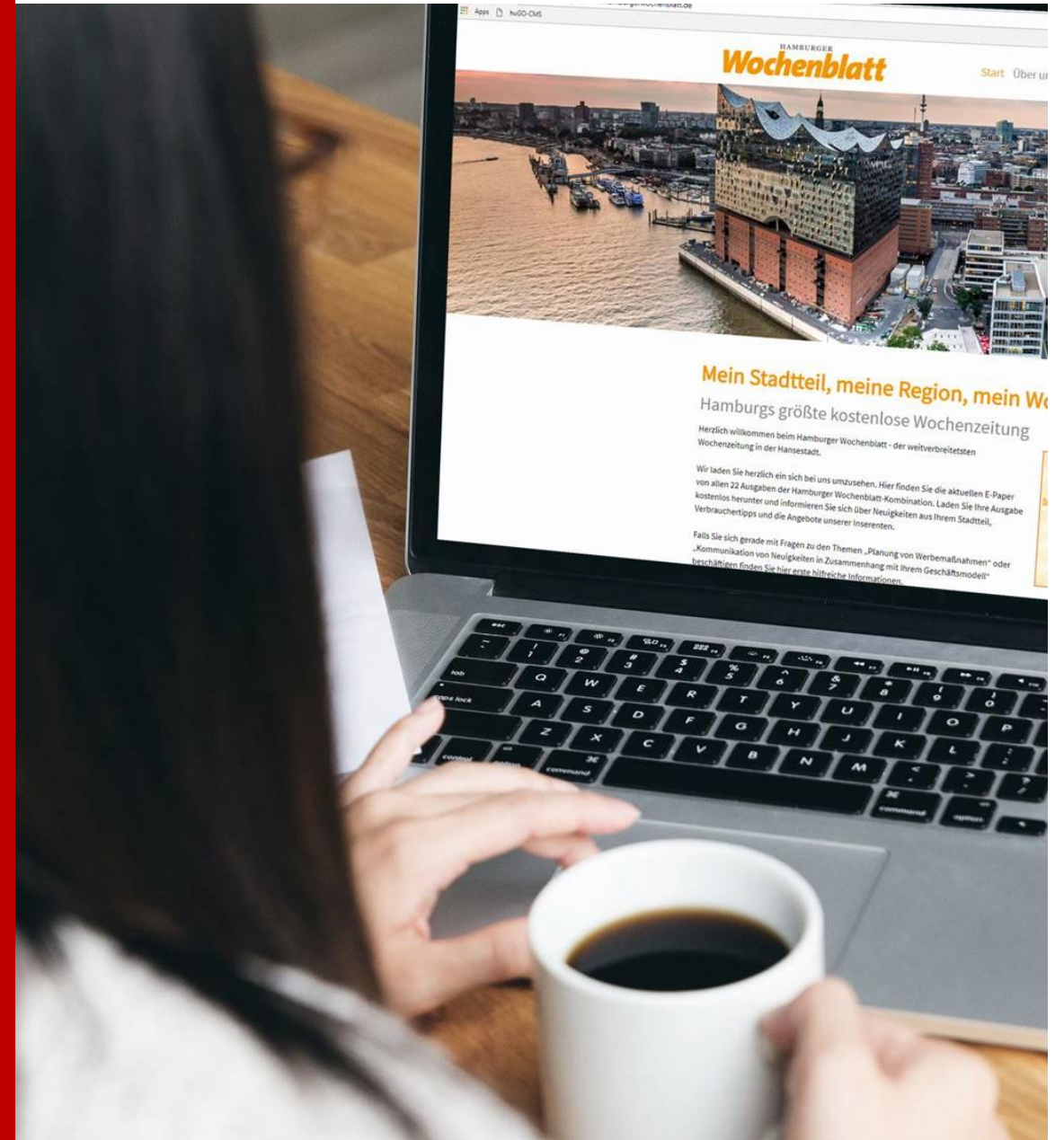
Wachstum im digitalen Umfeld ist ein Schlüsselfaktor im Rahmen der digitalen Transformation der Medienwelt

RÜCKGANG DRUCK VS. WACHSTUM DIGITAL



Quelle: BDZV / IDW

FUNKE MUSS
DIGITALER WERDEN.
IM UNTERNEHMEN.
IM PRODUKT.





DIGITAL EINKAUF IST **ANDERS**



Der FUNKE Einkauf hat sich auf eine steile Lernkurve in Bezug auf digitale Themen begeben.

*DR. TIM MUNDHENKE
LEITER FINANZEN*



»»» FUNKE
Finance

DER “PRÄ-DIGITALE” EINKAUF BEI FUNKE

DIREKTES MATERIAL



»»» FUNKE
Medien

»»» FUNKE
Druck

INDIREKTES MATERIAL



»»» FUNKE
Logistik

»»» FUNKE
Technology

»»» FUNKE
MediaSales

»»» FUNKE
RealEstate

OPERATIONAL PROCUREMENT & WAREHOUSE MANAGEMENT

DATA, PROCESSES, KPI'S AND SAVINGS

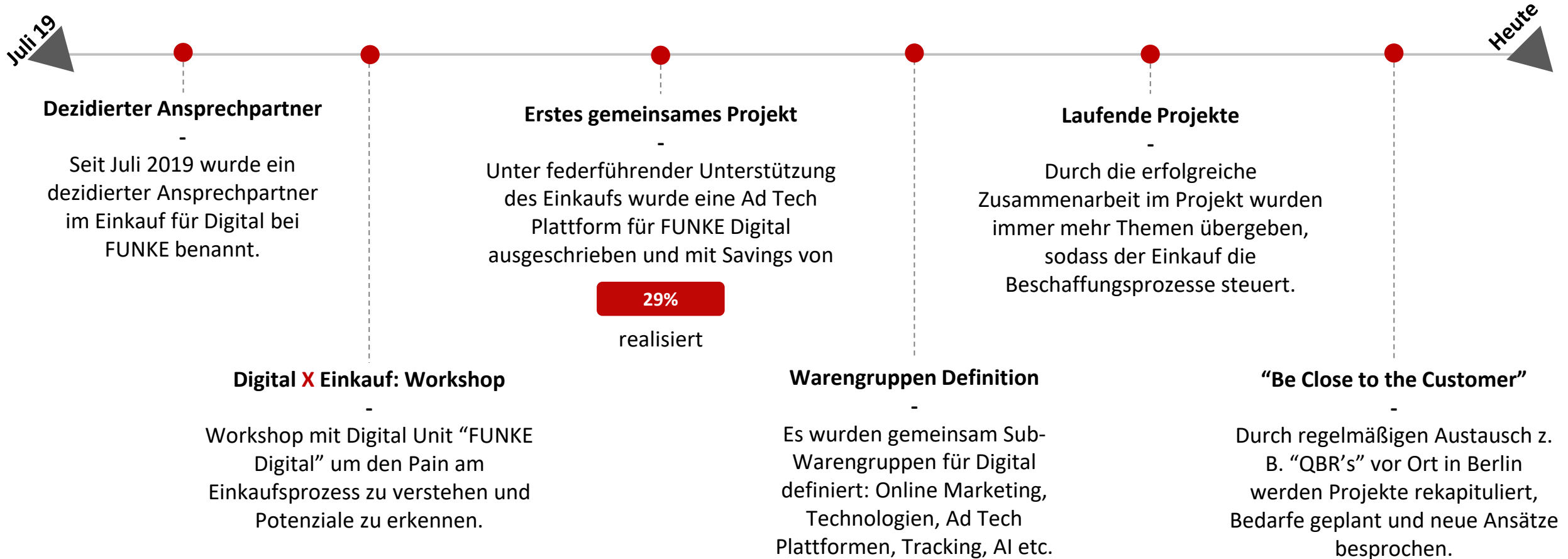
ANMERKUNGEN

- Fokus der Einkaufsorganisation lag auf der **Betreuung von direktem und indirektem Material** durch strategische und operative Einkäufer
- Digitale FUNKE Units wurden durch **statischen IT Einkauf** abgewickelt
- **Digitale Kataloglösung im Einkauf** um Anfragen der Nutzer für C-Teile zu bündeln
- **Einkauf eher reaktiv aufgestellt:** Bedarfsplanung und –gestaltung allein im Fachbereich

DIGITAL EINKAUF: WAS IST SO BESONDERS?



DIE REISE ZUM “EINKAUF 4 DIGITAL”



- Das Vertrauen des digitalen Kunden musste durch Agilität zurückgewonnen werden
- Hierbei war das erfolgreiche Projekt (Ad Tech Plattform für FUNKE Digital) ein entscheidender Trigger für den Erfolg

EINKAUF BEI FUNKE - AUFBAU DIGITAL

DIREKTES MATERIAL



»»» FUNKE
Medien

»»» FUNKE
Druck

DIREKTES MATERIAL



»»» FUNKE
Logistik

»»» FUNKE
Technology

»»» FUNKE
MediaSales

»»» FUNKE
RealEstate

DIGITAL & MEDIA



»»» FUNKE
Digital

OPERATIONAL PROCUREMENT & WAREHOUSE MANAGEMENT

DATA, PROCESSES, KPI'S AND SAVINGS

PROCUREMENT TOOLS & TECHNOLOGY

ANMERKUNG

- Category Manager, die auch als interne Haupt-"**Procurement Account Manager**" für die entsprechenden FUNKE-Units tätig sind
- Verzahnung der **Business & Warengruppen-Strategien**
- Zusammenarbeit mit FUNKE Digital um neue Arbeitsweisen zu adaptieren und den **digitalen Wandel auch in klassischen Warengruppen zu „pushen“**
- Etablierung eines vorgelagerten **Make-or-Buy Prozesses**
- Etablierung eines dezidierten Teams für **Tools & Technology im Einkauf**



WIR VERSTEHEN **START-UP** JUNKIES

START-UP JUNKIES X EINKAUF: BE LIKE..

"Unsere IT-Teams arbeiten agil, bitte stellt sicher, dass sich dies in den Verträgen widerspiegelt"

"Ich brauche Flexibilität bei meinen Reisen und meinem Arbeitsraum"

„Wir investieren zunehmend in Start-ups, bitte überhäuft uns nicht mit komplizierten Beschaffungsprozessen“

"Wir wollen diese Software nur mit dem Anbieter testen und einen Vertrag nur dann abschließen, wenn wir wissen, was wir wollen"

"Ich fühle mich verloren in den Einkaufsteams- ich weiß nicht, wen ich fragen soll und niemand hilft mir"

"Warum müssen wir telefonieren? Können wir nicht einfach Slack und Trello für Ausschreibungen nutzen?"



REAKTION DER EINKÄUFER

"Unsere IT-Teams arbeiten agil, bitte stellt sicher, dass sich dies in den Verträgen widerspiegelt"



"Wir wollen die... nur mit dem Anbieter testen und einen Vertrag nur dann abschließen, wenn wir wissen, was wir wollen"

"Ich brauche Flexibilität bei meinen Reisen und meinem Arbeitsraum"



"Ich fühle mich verloren in den Einkaufsteams- ich weiß nicht, wen ich fragen soll und niemand hilft mir"

„Wir investieren zunehmend in Start-ups, bitte überhäuft uns nicht mit komplizierten Beschaffungsprozessen“



"Warum müssen... eronieren? Können wir nicht einfach Slack und Trello für Ausschreibungen nutzen?"



WENN ZWEI WELTEN SICH TREFFEN..

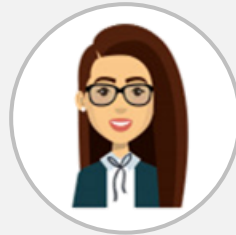
„UNCOOL“

EINKÄUFER



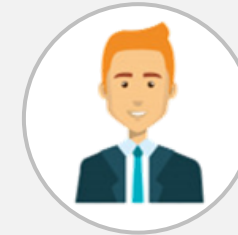
MICHAEL

- Seit 30 Jahren bei FUNKE
- Legt viel Wert auf Prozesseinhaltung



HEIKE

- Hält gerne alles per Mail fest
- Ist sehr strukturiert



THOMAS

- IT Einkäufer
- Möchte Bedarfe im Vorhinein planen

UNTERSCHIEDLICHE ARBEITSWEISEN
UND TECHNOLOGIEN!

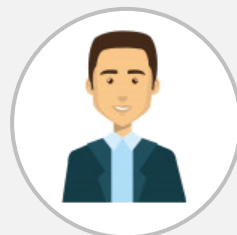
KONZERNDENKEN ENTSPRICHT NICHT
DEM START-UP DENKEN!

AGIL KANN AUCH SCHNELL CHAOTISCH
WERDEN / STRUKTUR KANN AUCH
SCHNELL STARR WERDEN!



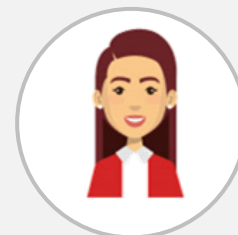
NINA

- Seit 1 Jahr bei FUNKE
- Zahlt Lieferanten lieber per Kreditkarte



ALEX

- Plant Bedarfe spontan
- Möchte lieber schnelle Preisvergleiche



JENNIFER

- Legt Dateien auf Google ab
- Kommuniziert per Chat

DIGITALOS

„COOL“



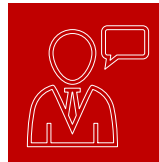
UND VEREINEN UNCOOL UND COOL

WERDE EIN DIGITAL COUNTERPART

„FUNKE WAY“

ACCOUNT MANAGER APPROACH

Ein abgestellter Einkäufer für Digital kümmert sich um alle Anfragen von den „Digitalos“ und vermittelt abteilungsintern zwischen den Warengruppen im Einkauf.



START-UP PMI

Integration von neuen akquirierten FUNKE Start-Ups in die Konzernwelt und Prozesse. Hierbei erfolgt ein Austausch über Arbeitsweisen und auch Technologien.



CONSULTING STRATEGY

Aktive Unterstützung und Beratung der „Digitalos“ im Bereich von digitalen Bedarfen und Leistungsbeschreibungen um den richtigen Partner zu identifizieren.



DIGITAL KNOW-HOW PITCHES

Um die Besonderheiten von Digitalen Leistungen und Produkten zu verstehen, stellen Einkäufer sich gegenseitig die Themen in kurzen Präsentationen vor.



▶ WIE MACHEN WIR DAS?

DEEP DIVE: DIGITAL KNOW-HOW PITCHES

HINTERGRUND

Wissen für digitale Leistungen oder Produkte musste im Einkauf aufgebaut werden. Hiermit sind speziell das Verständnis für Technologien und auch Online Marketing gemeint.

ANSATZ

Jeder Einkäufer stellt jede Woche den anderen Einkäufern ein digitales Thema vor (jeweils 30 Minuten)
Themen: SEA, SEO, Attribution, DMP etc.

ERGEBNIS

→ Am Ende wurde ein Glossar aus allen Pitches erstellt
→ Einkäufer konnten Themen verstehen und Relevanz erkennen



BEISPIEL

SEARCH ENGINE ADVERTISING - SEA

DEFINITION	ANWENDUNG & BIG PLAYER	CHANCEN FÜR FUNKE	KOSTEN
<p>Search Engine Advertising</p> <p>Kauf von Werbeflächen neben und über den Suchergebnissen</p> <p>Wird normalerweise über eine Agentur abgewickelt</p>	<p>Über 3,5 Milliarden Suchanfragen weltweit täglich über Google</p> <p>90 % der Nutzer bleiben auf Seite 1</p>	<p>HOCH ★★★</p> <p>Ziel:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Abschluss von Abos für Markenportale→ Pageviews bei Reichweitenportalen	<p>★</p> <p>→ Abrechnung per Klick</p> <p>→ Preise Variieren je nach Suchbegriff und Nutzer</p> <p>→ Plätze werden über Programmatic Buying vergeben</p> <p>→ Preis pro Klick zwischen wenigen Cents und Hundert Euro!!!!</p> <p>Ziel: idealer Mix zwischen Reichweite und Kosten</p>

FUNKE MEDIENGRUPPE 7

Digital ist einfach anders und wir sind überzeugt, dass Einkauf und Digital bei FUNKE eine große Zukunft haben.

ALEXANDER RÜBEN
CHIEF OPERATIONS OFFICER
FUNKE DIGITAL

EIN JAHR ZUSAMMENARBEIT EINKAUF X DIGITAL

LEARNINGS & CHALLENGES

LEARNINGS

- **Auch mit agilen Ansätzen kann man Einkaufserfolge feiern!**
- **Communication is Key:** Das Verständnis für die Bedürfnisse des anderen muss geschaffen werden, dann klappt's auch mit dem „uncoolen“ Katalog Tool



CHALLENGES

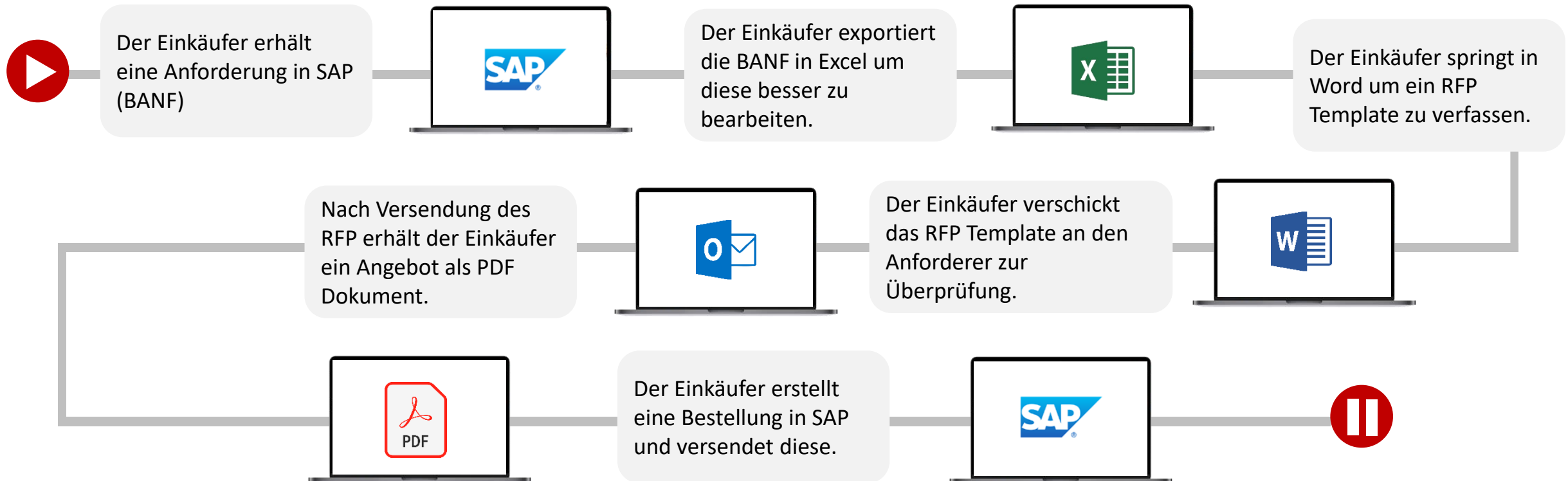
- **Engere Verzahnung und mehr Präsenz sind notwendig,** um frühzeitig in Projekte eingebunden zu werden – nicht immer wird in Berlin an den Einkauf in Essen gedacht
- Identifizieren und Heben von **Synergien zwischen klassischer und moderner IT**
- Klärung von **Make-or-Buy Szenarien** innerhalb von FUNKE und der Rolle des Einkaufs



WIR **DIGITALISIEREN** UNS & ANDERE

WIR REDEN ÜBER DIGITAL EINKAUF ABER NICHT DIGITAL

DIE KLASSISCHE „JOURNEY“ EINES EINKÄUFERS



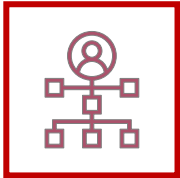
DIE KLASSISCHE „JOURNEY“ EINES EINKÄUFERS

ERKENNTNISSE



ERP PROZESSE BEDINGEN EINKAUFSPROZESSE

Einkäufer arbeiten nach den Prozessen, die das ERP System vorgibt und agieren nicht selbstständig.



MEDIENBRÜCHE SIND INEFFIZIENT

Durch die klassische “Journey” müssen Systeme oft gewechselt werden → Kein einheitlicher Prozess



KUNDEN KÖNNEN NICHT FOLGEN

Durch die komplexen “Journeys” können Anforderer den Einkaufsmehrwert nicht durchblicken und fühlen sich nicht abgeholt



VISION VON

»»» FUNKE PRO



„**Ein Eingangstor für alle Bedarfe**“ – Interne Kunden haben ein User Interface und können über FUNKEPRO komplett transparent mit dem Einkauf interagieren und Prozesse durchblicken.



Modern Benutzeroberfläche und intuitive Benutzerführung wie im Amazon Shop mit einem definierten „**Guided Buying**“ Prozess.



Automatisierte Unterstützung bei **Ausschreibungen und Steuerung von Einkaufshebeln** durch die Führung der Einkäufer im FUNKE Einkauf.



Umsetzung der neuen Arbeitsweise ab

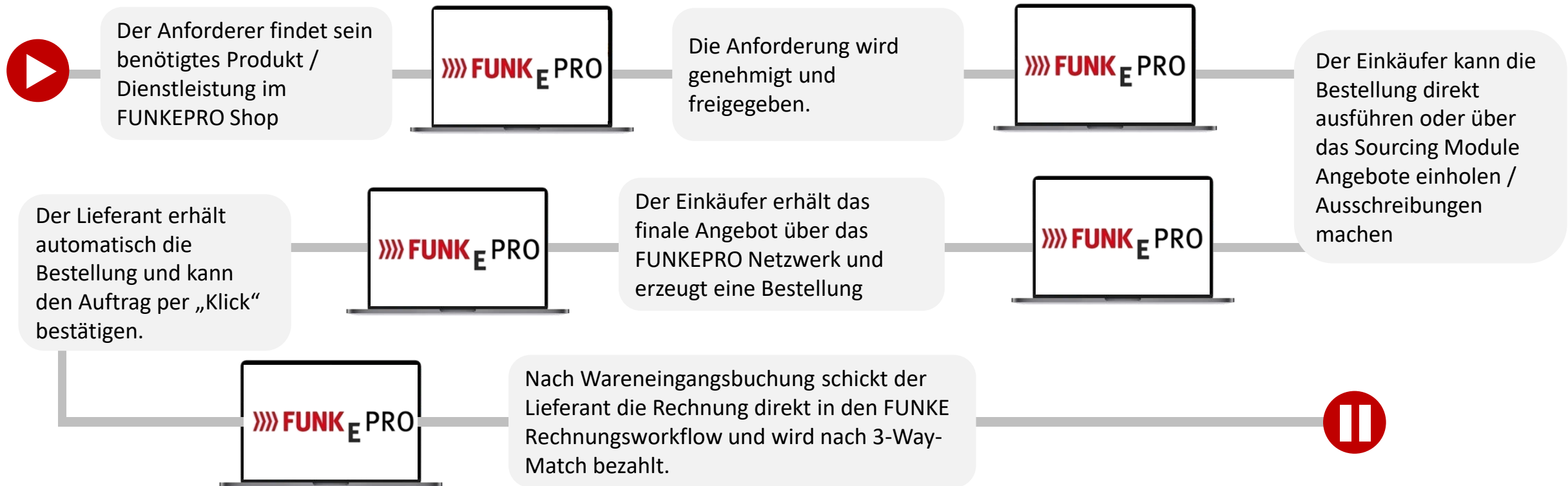
November 2021

Pilotierung der FUNKePRO Journeys mit FUNKE Digital als Counterpart

EINKAUF 4.0 MIT

»»» FUNKE_E PRO

DIE JOURNEY MIT FUNKEPRO



SPENDVISIBILITÄT DURCH KI

Ausgangssituation

- Hoher Anteil von **Rechnungen ohne Bestellbezug**
- **Keine Warengruppenzuordnung** der Ausgaben
- Keine Transparenz und **fehlende Möglichkeiten zur Datenauswertung**

Projekt



Analyse der Zuordnung von Warengruppen auf Bestellungen



Automatisierte Warengruppenzuordnung der Rechnungen

Ergebnis

- **Vollständige Warengruppenzuordnung** des Spendes
- Übergabe der angereicherten Daten in einem **BI SpendCube**
- **Laufende Anreicherung** neuer Spend-Daten per Schnittstelle

»»» **FUNKE**
Finance



Schaffung von Transparenz über **> 500 Mio. €** Spend Volumen



Grundlage für **strategische Einkaufsinitiativen**



Vermeidung von **> 350 Stunden** manueller Arbeit



Abschluss des Projektes nach **1,5 Monaten** Bearbeitungszeit

EINKAUF X START-UPS

DER USP MUSS STIMMEN!

KATEGORIEN

Wir clustern Start-Ups nach bestimmten Kategorien und arbeiten entlang einer Start-Up Roadmap zur Identifikation von potenziellen Partnern.



Effizienz & Wachstum

Multikanale Steuerung von Prozessen



Innovation

Bereitstellung von Innovationen durch KI oder RPA



Organisation

Optimierung der Infrastruktur und Bereichstransparenz



Analytics & Data

Aggregation und Strukturierung von relevanten Datenquellen mit Erkenntnisgewinn

KRITERIEN

Wir bewerten Start-Ups nach bestimmten Kriterien und entscheiden dann über eine mögliche Zusammenarbeit.

- Qualität des Pitches und Präsentation
- Innovativer Ansatz und Produkt
- Größe des Start-Ups und Anzahl der Mitarbeiter
- Start-Up Financial Burnrate
- Skalierbarkeit des Produktes
- Schnittstellenfähigkeit zu anderen Systemen
- Einsatzfähigkeit bei FUNKE





THE UGLY TRUTH THEREFORE IS...

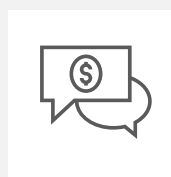
FAZIT

1



Einkauf für Digital bedingt einen Change im Mindset und der Attitude!

2



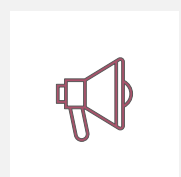
Solch eine Transformation benötigt Zeit- auch das Management muss Geduld haben und Rückendeckung geben!

3



Die Investition zur digitalen Abbildung von Prozessen (nicht nur im Einkauf) ist insbesondere in der Zeit nach COVID-19 ein MUST HAVE, vor dem man sich nicht verschließen kann!

4



FUNKE geht den Weg der Digitalisierung konsequent, nicht nur im Produkt, sondern auch in den Verwaltungsbereichen!



LET YOURSELF BE DIGITALIZED
& DIGITALIZE OTHERS!

#BetterBeDigital



**VIELEN
DANK!**

»»» FUNKE
Mediengruppe