

Procurement Update

DAS MAGAZIN ZUM PROCUREMENT SUMMIT



HEROES OF PROCUREMENT

TOP EINKAUFSLEITER:INNEN ÜBER DIE ZUKUNFT DER BESCHAFFUNG

KI-gestützte Datenplattformen

die technologiegetriebene Zukunft des Einkaufs

Resilienz in der Lieferkette

Wie geht eine robuste und vorausschauende Strategie?

Neue Anforderungen an die Lieferkette

Klaus Wiesen über die Frage, warum Einkäufer:innen
jetzt umdenken müssen

Elektronische Bestellanforderungen
vereinheitlichen die Beschaffung

Über Schlüsselfaktoren, damit sich elektronische Lösungen
erfolgreich durchsetzen



TRAILBLAZER SUMMITS

Du liebst den Procurement Summit, aber Einkauf alleine reicht Dir nicht?

Wir veranstalten noch andere spannende Events - natürlich mit der gleichen großartigen Qualität. Damit decken wir den Bedarf für alle nötigen Messen für Dein ganzes Unternehmen ab. Du möchtest an einem der Events teilnehmen oder sie Deinen Kolleg:innen empfehlen? Dann nutze gerne den Code **NEXTLEVEL** für Deine Anmeldung.



Accounting Summit
THE FUTURE OF ACCOUNTING

Accounting Summit
11. & 12.09.2024
in Düsseldorf



Construction Summit
THE FUTURE OF CONSTRUCTION

Construction Summit
10. & 11.04.2024
in Hamburg



Controlling Summit
THE FUTURE OF CONTROLLING

Controlling Summit
11. & 12.09.2024
in Düsseldorf




Cybersecurity Summit
THE FUTURE OF CYBERSECURITY

Cybersecurity Summit
19.06.2024
in Hamburg



Logistics Summit
THE FUTURE OF LOGISTICS

Logistics Summit
09. & 10.10.2024
in Düsseldorf



Mobile Robotics Summit
THE FUTURE OF MOBILE ROBOTICS

Mobile Robotics Summit
09. & 10.10.2024
in Düsseldorf



Procurement Summit
THE FUTURE OF PROCUREMENT

Procurement Summit
12. & 13.06.2024
in Hamburg



Proptech Summit
THE FUTURE OF REAL ESTATE

Proptech Summit
10. & 11.04.2024
in Hamburg



Sales Summit
THE FUTURE OF SALES

Sales Summit
24. & 25.04.2024
in Hamburg



Service Summit
THE FUTURE OF CUSTOMER SERVICE

Service Summit
20. & 21.11.2024
in Hamburg



Sustainability Summit
THE FUTURE OF SUSTAINABILITY

Sustainability Summit
18. & 19.09.2024
in Hamburg



trailblazer.de



Liebe Procurement Summit-Community,

das Jahr 2024 ist in vollem Gange und auch die Vorbereitungen für den Procurement Summit am 12. & 13.06.2024 in Hamburg laufen auf Hochtouren. Um der Tradition dieses Magazins gerecht zu werden, beenden wir ein aufregendes 1. Quartal 2024 mit dieser spannenden Ausgabe.

“Held:in /Héld:in/: jemand, der oder die sich mit Unerschrockenheit und Mut einer schweren Aufgabe stellt, eine ungewöhnliche Tat vollbringt, die ihm Bewunderung einträgt.” So steht es per Definition auf der Website von Oxford Languages. Im Grunde könnten wir den Procurement Summit in den Heroes Summit umbenennen. Denn jedes Jahr treffen sich auf der Veranstaltung so viele Menschen, die mit Unerschrockenheit und Mut voranschreiten und den Weg ebnen. Und darauf sind wir sehr stolz!

Diese Ausgabe ist gespickt mit den neuesten Trends und den heißesten Insights, die unsere Procurement Heroes zu bieten haben. Dich erwarten spannende Storys zu den Themen Digitalisierung und Technologie. Wenn dieses Magazin nicht den Procurement Hero in dir weckt, dann wissen wir's auch nicht. ;-)

Bevor Du mit dem Lesen startest, noch eine Ankündigung in eigener Sache. Zum neuen Jahr gibt es im Team des Procurement Summit einen neuen Kollegen, der in Zukunft das Eventmanagement leiten wird. Wir freuen uns sehr, dass Mark van den Brink das Team führen und verstärken wird. Paulina Krösche wird ihre Aufgaben nach dem Procurement Summit am 12. & 13.06.2024 vollständig an ihn abgeben und in ihrer neuen Rolle als Head of Operations bei unserer Dachmarke Trailblazer Summits GmbH durchstarten. “Ich wechsle mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Der Procurement Summit liegt mir sehr am Herzen und ich werde ihn in Zukunft immer verfolgen und vor Ort sein.”, sagt sie.

Wir wünschen Euch nun viel Freude beim Lesen und freuen uns auf den nächsten Procurement Summit am 12. & 13.06.2024 im Schuppen 52 in Hamburg.

Beste Grüße

Paulina Krösche, Mark van den Brink und Sebastian Sachs
(ehem. COO, neuer Head of Event Management und Director Marketing & Sales)

Das erwartet Dich in dieser Ausgabe

Technische Innovationen für die Beschaffung von morgen

10 Interview mit Fabian Heinrich

18 Elektronische Bestellanforderungen vereinheitlichen die Beschaffung
Susan Döhring von AFI Solutions

44 Von der Planung bis zur Nutzung: Der SaaS-Procurement-Prozess
Sven Lackinger von Sastrify

56 KI-gestützte Datenplattformen - Die Zukunft des Einkaufs
Konstantin von Bueren von Procure Ai



Highlights

6 Recap zum Procurement Summit 2023
Ein Fotorückblick vom sechsten Procurement Summit in Hamburg.

22 Startups auf dem Procurement Summit 2024
Welche Innovation und Technologie gewinnt dieses Jahr den begehrten Procurement Summit Startup Award?

28 Was sagen unsere Procurement Heroes zum Event?
Lass Dich von den Stimmen unserer Aussteller überzeugen.

42 Programmhilights 2024
Was erwartet dich dieses Jahr in Hamburg?



Visionäres und strategisches Einkaufsmanagement

10 **Neue Anforderungen an die Lieferkette:
Warum Einkäufer:innen jetzt umdenken müssen**
Klaus Wiesen von VERSO

48 **Resilienz in der Lieferkette:
Warum es jetzt einen Strategiewechsel braucht**
Christian Maassen von EcoVadis

52 **Supplier Relationship Management für die Zukunft gemacht**
von Louisa Schäfer, Achim Richarz und Sebastian Mengewein
von Kodiak Hub



Einkaufsleiter:innen vorgestellt

Hier stellen wir Dir regelmäßig die Protagonist:innen
und Persönlichkeiten des Procurement Summit vor

- 30** Dr. Ute Rajathurai von Bayer AG
- 33** Martina Boxberger von Merz Pharma GmbH & Co. KGaA
- 36** Gao Kwintmeyer von Ottobock SE & Co. KGaA
- 38** Claus Müller von prego services GmbH
- 40** Michael Schürmann von Körber AG



Recap: Das war der

*Netzwerken, austauschen und weiterbilden -
In unserer Ausstellerhalle herrschte reges Treiben.*



Aftershow Party? Können wir! Oli P. sorgte für beste Stimmung.



Procurement Summit 2023

Wir blicken auf einen unvergesslichen Procurement Summit zurück. Auf dem bisher größten Procurement Summit, den es jemals gab, fanden viele spannende Programm-Highlights statt. Vor Ort waren viele interessante Speaker:innen und Partner:innen unterwegs. Zudem hatten die Teilnehmenden wieder viele Möglichkeiten für ausgezeichnetes Networking.



Das Panel „Procurement Transformation“ war nur eine unserer vielen spannenden Diskussionsrunden.

Ganz viel Spaß und gute Laune am Stand des SAP-Teams. So haben wir den Procurement Summit gern!



Recap: Das war der



Bei schönstem Wetter durch den Hamburger Hafen schippern - Unser Platinum Aussteller GEP hat eine Barkassenfahrt inklusive Dinner für seine Gäste veranstaltet.



Der Procurement Summit in der schönsten Stadt der Welt mit tollem Blick auf die Hamburger Wahrzeichen.

Procurement Summit 2023



Nachhaltigkeit im Einkauf: Ein entsprechendes Panel durfte auf dem Procurement Summit nicht fehlen.



Das Team von Ivalua war zahlreich auf dem Procurement Summit vertreten.



Der Schuppen 52 am Hamburger Hafen öffnet jedes Jahr seine Türen für den Procurement Summit.

Neue Anforderungen an die Lieferkette: Warum Einkäufer:innen jetzt umdenken müssen

Von Klaus Wiesen, VERSO

Gesetzliche Vorgaben wie das LkSG, die CSRD und die europäische Lieferkettenrichtlinie CSDDD stellen neue Transparenzanforderungen an das Risikomanagement in der Lieferkette. Um diese zu erfüllen, braucht es neue Formen der Zusammenarbeit sowie die Erkenntnis: Die neuen Vorgaben sind eine echte Chance – für Resilienz, Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit gleichermaßen.

Die Anforderung an die Nachhaltigkeit von Lieferketten steigen rasant. Investor:innen, Stakeholder:innen und verschiedene Vorgaben wie LkSG, CSRD und CSDDD – sie alle fordern mehr und mehr Informationen über Risiken entlang der Lieferkette.

Die zentrale Rolle des Einkaufs lautet jetzt: Transparenz schaffen! Welches Risikopotenzial bergen die eingekauften Waren? Wie managen Lieferanten soziale und ökologische Risiken? Dabei gilt es, den Blick über direkte Geschäftsbeziehungen hinaus zu heben und auf mehrere Lieferkettenstufen zu richten. Schließlich fordert insbesondere die CSDDD: Sorgfaltspflichten sind zukünftig von jedem Glied der Lieferkette einzuhalten – und Unternehmen sind verpflichtet, ihre Lieferanten dahingehend zu überprüfen.

Doch wie so oft ist auch das leichter gesagt als getan. Wenig Standardisierung, dynamisch wechselnde Anforderungen, Verantwortungsdiffusion unter den Lie-

feranten, undurchsichtige Strukturen und eine hohe Komplexität in der Lieferkette selbst legen dem Einkauf Steine in den Weg.

Es stellt sich also die Frage: Wie können die Anforderungen an das Risikomanagement trotz dieser Hürden umgesetzt werden? Wie kann der Einkauf dennoch die so dringend nötige Transparenz gewinnen?

Transparenz durch neue Kompetenzen und Strukturen

Zunächst einmal stehen Einkäufer:innen vor der Aufgabe, neue Kompetenzen und Strukturen zu entwickeln, um ein ganzheitliches Risikomanagement aufzusetzen. Neben dem fortlaufenden Aufbau von Know-how ist Vernetzung mit anderen Fachbereichen gefragt. Verantwortliche sind zu benennen. Es gilt mehr denn je, eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Lieferanten zu etablieren und die Lieferantenbasis den Nachhaltigkeitsforderungen entsprechend aufzubauen und zu entwickeln.



Die steigenden Transparenzanforderungen lassen sich längst nicht mehr als Ein-Mann-Projekt schultern. Kollaboration ist das Stichwort der Stunde – und gleichzeitig die Voraussetzung für eine aktive Steuerung der Sorgfaltspflichten in der Lieferkette. Doch was macht zielgerichtete und effiziente Kollaboration aus?

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist hier die Beteiligungsquote der Lieferanten. Aber auch branchenübergreifende Portale, die Synergien schaffen, sind von Bedeutung. Kommunizieren Sie fortlaufend mit Ihren Lieferanten und arbeiten Sie sich von übergreifenden, komprimierten Assessments weiter zu kleineren Details vor.

Wichtig ist dabei, dass Sie Ihre Lieferanten nicht mit Fragebögen und Datenanfragen überfrachten. Genau der umgekehrte Ansatz zeugt von Zuverlässigkeit: Lieferanten sollten ihr Nachhaltigkeitsengagement aktiv an ihre Kunden kommunizieren. Dabei müssen die Ziele, die weiteren Schritte und auch der Mehrwert für die Lieferanten klar kommuniziert werden.

Effizienz und Compliance durch automatisierte Tools

Gleichzeitig braucht es aber auch Strategien zum Umsetzen eines robusten Risikomanagements für ökologische und soziale Risiken. Und: Die neuen Strukturen wollen effizient in bestehende (IT-) Systeme und Prozesse integriert werden.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und die europäische Lieferkettenrichtlinie (CSDDD) machen dabei den Aufbau eines ganzheitlichen und zukunftssicheren Managementsystems für menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken notwendig, das sich an den internationalen Due Diligence Standards der UN orientiert.

Cloud-Technologien wie die VERSO Supply Chain Plattform automatisieren die Datenerfassung und schaffen den Rahmen für erfolgreiche Kollaboration entlang der gesamten Lieferkette.

Unterstützung bei allen Bestandteilen des Sorgfaltpflichtenprozesses, von der abstrakten und konkreten Risikoanalyse bis hin zur Dokumentation und Berichterstattung, macht die Plattform zum essenziellen Tool für die Compliance aller geltenden Vorschriften. Um langfristige Synergien zu schaffen, können sich Lieferanten kostenlose Profile auf der Plattform anlegen und diese mit allen Kunden teilen.

Mit dem richtigen Ansatz wird das Lieferkettengesetz zur Chance

Das LkSG fordert den Aufbau eines Managementsystems für menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken. Körperliche Unversehrtheit und Gesundheit, Verbot von Sklaverei und Kinderarbeit, Umweltschutz und mehr sind Risiken, die Einkäufer:innen entlang der gesamten Lieferkette im Blick behalten müssen. Die CSDDD wird die geltenden Anforderungen noch einmal deutlich verschärfen. Die CSRD führt mit den ESRS eigens neue Berichtsstandards ein, die konkret auf die Lieferkette abzielen.

Es lässt sich nicht schönreden: Mit Blick auf die Zukunft steigen die Anforderungen und Aufgaben, die Einkäufer:innen im Lieferkettenmanagement zu erfüllen haben. Viel Arbeit – bei gleichbleibend wenig Zeit. Doch es lohnt sich, sich diesem Aufwand zu stellen und ihn nicht als lästige Pflicht, sondern vielleicht sogar als echte Chance zu begreifen.

Denn: Wir leben in einer Welt, in der sich immer mehr immer schneller wandelt. Unvorhersehbare Ereignisse werfen ganze Märkte durcheinander und sorgen international für weitreichende Herausforderungen.

Was es jetzt braucht ist Zukunftssicherheit und Resilienz. Und genau das erzielen Sie durch ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement, echte Transparenz und vertrauensvolle Kollaboration.

Über Verso

VERSO ist der Full-Service-Anbieter für die nachhaltige Transformation mittelständischer Unternehmen. Die erfahrenen Technologie- und Nachhaltigkeitspezialist:innen bieten Rundumexpertise aus einer Hand, angefangen bei der strategischen Beratung entlang der gesamten Lieferkette bis hin zur Berichterstattung. 2010 von Andreas Maslo und Florian Holl in München gegründet, vertiefte VERSO durch den Zusammenschluss mit den Branchenspezialisten sustainabill sowie der Silvester Group im Juni 2023 das bestehende Expertenwissen noch weiter. VERSO bildet ein ganzheitliches Portfolio, um Unternehmen durch deren gesamten Transformationsprozess zu führen.



Klaus Wiesen

klaus.wiesen@verso.de

Klaus Wiesen ist Head of Sustainable Supply Chain bei VERSO und Mitgründer von sustainabill. Mit der VERSO Supply Chain Plattform fördert er nachhaltige und transparente Lieferketten. Seit 2022 ist er Mitglied im Mittelstandsbeirat von Dr. Robert Habeck.



Sustainability
Summit

THE FUTURE OF SUSTAINABILITY

18. & 19.09.2024 IN HAMBURG



Der **Sustainability Summit** ist die neue B2B-Messe & -Konferenz für mehr Nachhaltigkeit in Unternehmen. Am 18. & 19.09.2024 bringen wir in Hamburg die führenden Köpfe, innovative Startups und Best-Class-Solutions mit Unternehmen zusammen, die nachhaltiger werden möchten und müssen. Es erwarten Dich spannende Insights, Diskussionen und bestes Networking rund um Themen wie Dekarbonisierung, ESG, CSR, Zertifizierung, sustainable Finance, u.v.m.

Jetzt anmelden und Ticket sichern.

JETZT ANMELDEN UND 50€ SPAREN

Code **PSM** eingeben auf: sustainabilitysummit.de



Interview mit Fabian Heinrich

Fabian Heinrich gründete 2020 zusammen mit Moritz Weiermann das Procurement Startup Mercanis mit der Mission, Einkaufsprozesse für Unternehmen so effizient und einfach wie möglich zu gestalten und Einkäufer zu strategischen Werttreibern im Unternehmen zu machen. Seitdem revolutioniert Mercanis, wie Beschaffung im digitalen Zeitalter funktioniert.

Fabian, vielleicht direkt zum Anfang. Was genau ist Mercanis?

Mercanis ist eine holistische Source-to-Contract Lösung, die sowohl Mittelständlern als auch Konzernen dabei hilft den gesamten Einkaufsprozess eines Unternehmens über das Sourcing, SRM, Vertrags- und Spendmanagement zu optimieren und massiv Kosten einzusparen. Dabei sorgen wir dafür, dass das Lieferantenwissen unternehmensweit zentral verfügbar ist und stellen sicher, dass Einkaufsteams dabei den besten Preis und die beste Qualität im Lieferantennetzwerk mit einem digitalen End-to-End Prozess finden.

Wie kam es zu der Idee von Mercanis?

Mein Mitgründer Moritz Weiermann und ich haben uns 2016 während eines Beratungsprojekts kennengelernt und in der Folge an verschiedenen Digitalisierungsprojekten im Einkauf gearbeitet. Die Idee zu Mercanis entstand dann 2020 nach unserer Zeit bei ScoutBee. Damals erkannten wir, dass Unternehmen unabhängig von ihrer Größe immer noch weitgehend manuelle Methoden wie Excel, Telefon, Outlook und ähnliche Tools verwenden. Dies führte dazu, dass

Wissen über Lieferanten verloren ging und Einkäufer in operativen Tätigkeiten steckenblieben, anstatt sich auf strategische Aufgaben zu konzentrieren. Gleichzeitig wurden Bedarfsträger nicht einbezogen und kauften eigenständig ein.

Wieso erschien Euch Ende 2020 das Timing richtig?

Die Covid-19-Pandemie verstärkte die Herausforderungen für Einkaufsteams weltweit durch Lieferengpässe und weitere Probleme. Dies motivierte uns zu hinterfragen, warum es keine einfache, speziell auf den Einkauf zugeschnittene Lösung gab, die manuelle Prozesse automatisieren und digitalisieren konnte. Es fehlte an einer holistischen Procurement Suite, die es dem Einkauf ermöglicht, Prozesse zu optimieren, einfach zu beschaffen und als Werttreiber im Unternehmen erfolgreich zu sein. Genau das ermöglicht Mercanis.

Dabei haben wir uns vom Apple iPhone inspirieren lassen, um eine Einkaufssoftware zu entwickeln, die eine intuitive Bedienung ermöglicht, wertvolle Daten strukturiert aufbereitet und als Single-Point-of-Truth Transparenz schafft. So schaffen wir den „iPhone-Moment“ im Bereich Einkauf.



Über Fabian Heinrich

Fabian ist CEO und Co-Founder von Mercanis. Er verantwortet bei Mercanis das Produkt und den Vertrieb und bringt jahrelange Erfahrung an Digitalisierung und Einkaufslösungen mit.

Zuvor baute er als Geschäftsführer und Mitgründer das Beschaffungs-Startup Scoutbee erfolgreich auf und entwickelte es zum globalen Marktführer im Bereich Scouting. Mit Scoutbee hat er es geschafft, viele namhafte Kunden wie Siemens, Audi, Unilever etc. an Land zu ziehen und Investitionen in Höhe von insgesamt 76 Millionen Dollar einzusammeln.

Fabians Karriere begann nach seinem Master-Abschluss an der Universität St. Gallen, als Trainee bei Deloitte, wo er sich auf Corporate Finance Advisory spezialisierte. Danach übernahm er eine Position des Global Venture Development Director bei Rocket Internet SE, wo er hauptsächlich in Berlin und im Nahen Osten tätig war.

Welchen Herausforderungen stehen Procurement-Teams aktuell gegenüber?

Der Einkauf steht derzeit vor zahlreichen Herausforderungen. Zum einen leiden viele Unternehmen unter einer schwachen Auftragslage aufgrund politischer Konflikte und Inflation. Dies führt zu Preisschwankungen, wodurch Einkäufer unter dem Druck stehen, den besten Preis und die beste Qualität schnell zu finden.

Die Digitalisierung im Einkauf hatte bisher entweder keine hohe Priorität oder wurde ineffizient umgesetzt, etwa durch umfangreiche Standardlösungen, die aufgrund ihrer Nutzerunfreundlichkeit und Komplexität im Unternehmen nicht wirklich akzeptiert wurden. Dies hat zur Folge, dass es im Unternehmen an einer zentralen Anlaufstelle für Lieferantenwissen mangelt. Das vorhandene Wissen ist in den Köpfen der Mitarbeiter verstreut und somit nicht für das gesamte Unternehmen zugänglich und transparent. Wenn ein Mitarbeiter das Unternehmen verlässt, geht das Wissen verloren, und dies gilt auch für das Onboarding neuer Mitarbeiter. So wissen

[...] als Werttreiber im Unternehmen erfolgreich zu sein. Genau das ermöglicht Mercanis.

der Einkauf und die Bedarfsträger oft nicht, welche Lieferanten aus dem Lieferantenstamm für ihre Anforderungen in Frage kommen, und laden daher bei Ausschreibungsprojekten nur die üblichen Lieferanten ein, ohne einen wettbewerbsfähigen Vergleich durchführen zu können.

Des Weiteren binden manuelle Prozesse Einkäufer operativ stark ein und verlangsamen damit die internen Abläufe. Dies führt dazu, dass Bedarfsträger lieber selbst nach Lieferanten suchen und nicht die zentralen Prozesse nutzen. Dadurch steigt die Anzahl der Lieferanten im Unternehmen, anstatt dass Bündelung und Konditionsverbesserung stattfinden können.

...und welche Auswirkungen hat dies?

Zusammengefasst wird der Einkauf oft als Kostenpolizei statt Werttreiber im Unternehmen wahrgenommen. Die Vision der meisten Einkaufsorganisationen ist es aber, als strategischer Werttreiber Transparenz der Lieferanten im Unternehmen sowie kollaborative Möglichkeiten der Zusammenarbeit bereitzustellen, um zeitaufwendige Prozesse zu automatisieren und Bedarfsträger einzubeziehen.

Wie genau löst Mercanis diese Herausforderungen?

Wir lösen das, indem wir zunächst die bestehende Lieferantenlandschaft mit 360° Profilen darstellen und mit dem Wissen um die einfache und zentrale Darstellung von z.B. Stammdaten, Kategorien, Erfahrungswerte u.v.m. Mit dieser transparenten Übersicht haben Einkaufsorganisationen nun die Möglichkeit, Zusammenhänge in ihrem Lieferantenportfolio zu erkennen und können damit sämtliche Sourcing- und Lieferantenaktivitäten strategisch statt transaktional gestalten. Einkäufer können nun per Knopfdruck passende Lieferanten im Netzwerk

finden, dadurch mehr Lieferanten einladen, um kompetitive Preisvergleiche zu starten und durch die transpa-

rente Übersicht der Anbieter auch Lieferanten bündeln, um bessere Konditionen zu erzielen. Mercanis ist so intuitiv gestaltet, dass auch Bedarfsträger mit wenigen Klicks durch die vom Einkauf erstellten Workflows und Buying Journey selbständig einkaufen oder Bestandsanforderungen stellen können. Auf diese Weise bleibt das gesamte Wissen transparent an einem Single-Point-of-Truth erhalten.

Was wir damit erreichen? Der Einkäufer kann größere Sourcing- und Lieferantenaktivitäten effizienter durchführen und wird beim Tactical Spend entlastet, da der Bedarfsträger durch eine intuitive Oberfläche in die Lage versetzt wird, schnell und eigenständig Sourcing-Aktivitäten abzuwickeln. Dies schafft die notwendigen Freiräume für den Einkauf,

um beispielsweise das Lieferantennetzwerk zu optimieren und bessere Konditionen zu verhandeln. Die dadurch erzielten Effizienzsteigerungen und kompetitiven Lieferantenvergleiche wirken sich positiv auf das Unternehmensergebnis aus.

Zu guter Letzt ist es auch wichtig, dem Einkauf schnell eine Procurement Suite zur Verfügung zu stellen. Unsere Kunden sind bereits innerhalb von 3-4 Wochen bereit für den Go-Live – und das alles, ohne auf interne IT-Ressourcen zurückgreifen zu müssen. Damit ermöglichen wir einen effizienten Start, sodass Einkaufsorganisationen einen schnellen Return on Investment erzielen können.

Zur letzten Frage. Ihr habt vor kurzem eine neue Finanzierungsrunde in Höhe von 10 Millionen US Dollar erhalten. Was habt Ihr damit vor?



Seit der Gründung von Mercanis lag unser Fokus auf der Produktentwicklung und dem Kundensupport. Damit haben wir das Vertrauen von mehr als 30 Kunden gewonnen und sind dadurch bereits Cashflow positiv und operativ profitabel. Die Finanzierungsrunde dient nun dazu, unsere Procurement Suite weiter auszubauen. So investieren wir in unsere Technologie weiter und bauen die Hauptbereiche Sourcing, Lieferantenmanagement (SRM), Vertragsmanagement (CLM), Spend Analytics und LkSG weiter aus. Dadurch sollen mehr Automatisierungen und künstliche Intelligenz in das System etabliert werden. Um noch kundenzentrierter zu arbeiten, verdoppeln wir unser Tech-Team. Des Weiteren investieren wir in das Kundenwachstum, indem wir unser Kundenportfolio im DACH-Raum sowie in Europa ausweiten und die Verfügbarkeit der persönlichen Customer Success Manager erweitern, sodass höchste Standards bei der Kundenbetreuung gewährleistet sind.

Über Mercanis

Mercanis wurde 2020 von Fabian Heinrich und Moritz Weiermann gegründet und hat sich schnell als führende Procurement-Suite-Lösung mit den Schwerpunkten Sourcing und Lieferantenmanagement etabliert. Mit seiner Expertise bedient das Unternehmen eine Vielzahl namhafter Kunden, darunter Linde, Wilson, Frutiger, Brusa und Oventrop. Mercanis hat es sich zum Ziel gemacht, den Einkauf zu revolutionieren. Dazu bietet das Unternehmen eine umfassende Produktpalette an, die sich auf vier Kernbereiche konzentriert: Spend Analytics, Sourcing & Request Events (RFx), Supplier Management (SRM) und Contract Management. Die innovative Arbeit von Mercanis wird nicht nur von großen Investoren wie SpeedInvest, DI Technologies, Signals.vc und Plug and Play Tech Center mit mehr als \$10 Millionen finanziert, sondern wurde kürzlich auch als Gartner® Cool Vendor™ ausgezeichnet

Elektronische Bestellanforderungen vereinheitlichen die Beschaffung

von Susan Döhring, Product Owner AFI Purchase bei AFI Solutions

IT-gestützte Beschaffungssysteme sparen Zeit und Kosten. Was sind die Schlüsselfaktoren, damit sich elektronische Lösungen erfolgreich durchsetzen?

Max arbeitet im operativen Einkauf eines großen Industrieunternehmens. Täglich jongliert er zwischen verschiedenen Arten und Eingangskanälen für Bestellanforderungen: Während er seine lange Liste ungelesener E-Mails überfliegt und darunter eine neue Bedarfsanforderung entdeckt, steht eine Kollegin am Tisch und hält ihm ein Bestellanforderungsformular entgegen. Ein routinierter Blick: Es ist vollständig ausgefüllt. Allerdings hat die Kollegin noch einige Zusatzinfos, die Max sich schnell auf einem Schmierzettel notiert. Kurz darauf ein Anruf: Ein Kollege möchte wissen, ob seine Bestellanforderungen von vergangener Woche schon bearbeitet wurden. Für diese Artikel ist die Kollegin von Max zuständig – und die ist für den Rest der Woche krank. Max kann gerade keine Auskunft geben.

Der nächste Anruf: Ein Notfall in der Produktion, eine Maschine steht still und das Ersatzteil, welches sonst immer auf Lager ist, befindet sich in Reparatur. Jetzt muss schnell gehandelt werden, denn jede

Stunde Stillstand zieht einen hohen Umsatzausfall nach sich. Nach unzähligen Telefonaten hat Max ein Ersatzteil organisiert, das noch heute per Express geliefert und eingesetzt wird. Glück gehabt, doch nicht immer läuft es so glimpflich ab.

Der tägliche Wahnsinn im Einkauf

Weiter geht der Arbeitstag für Max mit der Erfassung der Bestellanforderungen im firmeneigenen SAP-System. Jeden Tag ist er damit beschäftigt, alle Bedarfseingänge im Blick zu behalten und die Daten manuell zu prüfen und abzutippen. Für Gespräche mit neuen Lieferanten oder den Vergleich von Preisen bleibt kaum Zeit. Es gilt, alle Bedarfe so schnell wie möglich zu prüfen, zu entscheiden und zu verarbeiten. Der Mix aus Papier, E Mail, Telefon und Schmierzetteln nimmt Max voll in Anspruch.

Max steht symbolisch für viele Einkäufer, die täglich mit solchen Szenarien kämpfen. Sie alle könnten es



Craemer: Schnellerer Beschaffungsprozess im Einkauf mit AFI Lösunger Lösung

moderner haben: Digitale Lösungen vereinheitlichen die Eingangskanäle in der Beschaffung und bringen mehr Tempo und Transparenz in den Beschaffungsprozess – sogar für Anforderer.

E-Procurement spart Geld und Zeit – in Theorie und Praxis

Studien belegen, dass eine elektronisch unterstützte Bedarfsanfrage inklusive Prüfung und Freigabe nur ein Drittel des Zeitaufwands und nur ein Viertel der Kosten einer Bedarfsanfrage ohne digitale Prozessunterstützung verursacht. Diese Vorteile hätte jedes Unternehmen gerne, aber: Warum haben sich mancherorts die elektronischen Lösungen in der Praxis noch nicht durchgesetzt? Wo hakt es, was braucht es? Hinweise darauf gibt der Economist Impact Report, der im Auftrag von SAP den aktuellen Stand der digitalen Transformation und die Entwicklungen im

Einkauf, in der Beschaffung sowie im Supply Chain Management untersucht hat. Besonders weit hinkt die Schifffahrtsbranche hinterher: Trotz des gewaltigen Handelsvolumens von 75 Prozent weltweit wird hier noch überwiegend auf Papierprozesse und schlecht integrierte Altsysteme gesetzt.

Was wünschen sich Unternehmen von einer digitalen Beschaffungslösung?

Um sich durchzusetzen, müssen Innovationen einen Mehrwert bieten, und zwar spürbar und sofort. Und dort, wo der Erfolg eines Prozesses von den Menschen abhängt, die an ihm teilnehmen, spielt auch die intuitive Bedienung einer Lösung eine große Rolle – nur dann wird sie schnell und von einer breiten Masse an Mitarbeitern angenommen.

Wenn alle Mitarbeiter am digitalen Prozess der Bedarfsanforderung teilnehmen sollen, dann müssen auch die Bedürfnisse sämtlicher Mitarbeiter berücksichtigt

werden, die in den Bestellprozess involviert sind – nicht nur der Einkauf, sondern auch die Anforderer:innen, Ersteller:innen, Genehmiger:innen. Spätestens im Projektverlauf zeigt sich die gute Vorarbeit in der Begleitung dieses Change Managements, denn sonst drohen Verzögerungen, Widerstände – oder gar ein Scheitern.

Der Einkauf bei Craemer am Stammwerk verarbeitet hunderte Bedarfe im Monat. Die neue Lösung ermöglicht eine einheitliche Bedarfsmeldung, die über das neue System ihren Weg zentral in den Einkauf findet. „Ein Tool, das die Bedarfsanforderungen in einem Eingangskanal bündelt, ist für uns Gold wert. Ich sehe auf einen Blick meine aktuellen Bedarfsfälle



Unternehmen, die klug und weitsichtig vorgegangen sind, konnten beweisen, wie schnell sich der Einsatz einer digitalen Lösung in SAP für den Beschaffungsprozess bezahlt macht. So war die Abteilung Einkauf bei der Craemer Gruppe – einem weltweiten Spezialisten für Metallumformung, Kunststoffverarbeitung und Werkzeugbau – begeistert, als ihnen die IT-Abteilung eine Lösung für ihre täglichen Herausforderungen präsentierte. Malte Aussieker, Einkäufer bei Craemer, erzählt: „Uns war es sehr wichtig, eine Software anzuschaffen, die einen Mehrwert bringt und nicht einfach ein neuer Kostenträger ist. Wir haben schließlich erkannt, dass in unserem Geschäft das altmodische, sprich papierbasierte Modell, ein wahrer Zeitfresser ist. Mit AFI Purchase haben wir den Bedarfsanforderungsprozess auf eine neue digitale Stufe gehoben und profitieren heute von immensen Zeiteinsparungen.“

und kann diese komfortabel direkt in SAP weiterverarbeiten. Und nicht nur das: Ich kann mir zum Beispiel bei Urlaubsvertretungen oder, wenn Kolleginnen und Kollegen nicht da sind, mit wenigen Klicks im AFI Monitor einen Überblick verschaffen: Was ist offen, was bestellt, was erledigt. Das ist eine bedeutende Vereinfachung bei der täglichen Arbeit. Die Zeiten komplizierter Übergaben und einer Menge Papierausdrucke sind vorbei“, sagt Malte Aussieker.

Eine digitale Beschaffungslösung für ein SAP-System kann den Arbeitsalltag der Einkäufer positiv verändern, wie Malte Aussieker betont: „Wir haben noch nie so schnell Bestellungen geschrieben, wie es aktuell mit der neuen Lösung der Fall ist. Heute arbeiten wir sehr viel schneller – das ist einfach Fakt und kein Vergleich zu früher.“

Der Weg zu einer smarten Bedarfsanforderungslösung führt über eine gute Vorbereitung innerhalb

des Unternehmens. So kann sichergestellt werden, dass die Lösung in der Praxis den erhofften Vorteil bringt.

Digitale Bestellanforderungsprozesse helfen Anforderer und Genehmiger

Die digitale Erfassung von Bestellanforderungen bietet nicht nur dem Einkauf eine Menge Vorteile. Auch Anforder:innen und Anforderungsersteller:innen profitieren davon. Durch die Einbindung externer Kataloge und Einkaufsplattformen können Mitarbeiter ihren Warenkorb online komfortabel zusammensetzen. Die Software für die elektronische Erfassung übernimmt die Daten automatisch und übergibt sie in den definierten Prozess. Dadurch wird auch das berüchtigte Maverick Buying verhindert, die Beschaffung am Einkauf vorbei. Darüber hinaus kann jede:r Anforder:in nachvollziehen, welchen Status sein Bedarf hat und im besten Fall sehen, wann die Ware geliefert wird. Elektronische Workflows steuern die Anwender sicher durch Freigabeprozesse und ermöglichen die ortsunabhängige Prüfung durch den Genehmiger. Alles wird dokumentiert und ist schnell, transparent und nachvollziehbar.

Gira, führender Komplettanbieter intelligenter Systemlösungen für die elektrotechnische und vernetzte digitale Gebäudesteuerung, hat für die Projektvorbereitung ausreichend Zeit eingeplant, wie Hans-Jürgen Tiroux, strategischer Einkäufer, erzählt: „Es war uns wichtig, die Ziel-Zustände klar herauszuarbeiten. So wussten wir, welche Funktionen, Workflows, Formulare oder interne Auftragsnummern aus SAP integriert sein müssen, um reibungslos arbeiten zu können. Die Praxis zeigt, dass sich die detaillierte Vorbereitung ausgezahlt hat.“ Gira hat die Vernetzung im Einkauf vorangetrieben und profitiert von der elektronischen Lösung in der Beschaffung: „Vor allem Transparenz und Zeitersparnis sind deutlich spürbare Vorteile“, bestätigt Tiroux.

Der Einkauf ist eine wichtige Schnittstelle im Unternehmen, die maßgeblichen Einfluss auf den Erfolg hat. Auch wenn es Herausforderungen bei der Einführung einer digitalen Bedarfsanforderungslösung

im SAP-Umfeld gibt, so sind Anbieter elektronischer Lösungen für SAP-Systeme mit Expertise und Erfahrung die besten Partner bei der Umsetzung und können hier unterstützen und beraten – und dank ihres externen Blicks manchmal den einen oder anderen Prozess optimieren. Denn nicht nur in der Theorie gehört die Zukunft dem E-Procurement. Transparenz, Vereinheitlichung, Zeitersparnis sowie die dezentrale Bearbeitung sind wichtige Argumente aus der Praxis.



Susan Döhring

Susan.Doehring@afi-solutions.com

Susan Döhring ist seit 5 Jahren bei AFI Solutions im Purchase-to-Pay-Umfeld tätig. Seit diesem Jahr ist sie Product Owner für die AFI Lösungen zur Bedarfsanforderung (AFI Purchase), ausgehenden Bestellung (AFI ProcureDocs) und eingehenden Auftragsbestätigung (AFI Confirmation).

Startups 2024

Die Procurement Summit Startup-Welt

Hier findest Du eine Landscape unserer Startup-Partner. So eine geballte Ladung an Technologie und Innovation findest Du nur beim Procurement Summit. Triff die klügsten Köpfe der Branche persönlich auf dem Summit oder vereinbare vorher einen Termin mit ihnen. Du kannst über unsere Website direkt Kontakt mit ihnen aufnehmen und Dich informieren. Du wünschst Dir ein persönliches Intro? Dann schreib eine E-Mail an Marcel Winker (marcel.winkler@procurementsummit.de) und wir vernetzen euch!

Am **12. & 13.06.2024** pitchten die Startups wieder um die Wette und können einen Procurement Summit Startup Award gewinnen. Diese Sessions solltet ihr auf gar keinen fall verpassen.

3D Spark



3D Spark vereinfacht mit seiner Procurement Software Make-or-Buy-Entscheidungen, die RFQ-Erstellung und Angebotsprozesse für die Teilerfertigung. Die Anwendung optimiert die Beschaffungsprozesse und ermöglicht schnelle Bewertungen von Herstellbarkeit, Kosten und Umweltverträglichkeit.

7Q1



7Q1 revolutioniert durch seine individuell anpassbare KI die Lieferantensuche. Durch die Beantwortung sieben einfacher Fragen erweitern Unternehmen ihr Lieferanten-Portfolio, digitalisieren den Einkauf und senken effektiv die Prozesskosten.

akirolabs



Akirolabs entwickelt eine KI-gestützte SaaS-Plattform für strategische Beschaffung. Ihr „BEYONDcategory“ Ansatz ermöglicht Procurement Strategies with Value & Purpose, fokussiert auf übergeordnete Unternehmensziele.

Baitech Data



Baitech Data entwickelt Technologien zur Entlastung von Industrieunternehmen. Mit selbst entwickelten Algorithmen schafft das Startup smarte, maßgeschneiderte „Self-Service-Tools“.

Carbmee



Carbmee begleitet Unternehmen auf ihrer Dekarbonisierungsreise und unterstützt sie dabei, durch das Environmental Intelligence System™ Emissionen entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren und intelligente Netto-Null-Ziele zu erreichen.

contractHero



ContractHero ist der führende Anbieter für cloudbasiertes und intuitives Vertragsmanagement in Unternehmen. Unsere sichere Plattform wird auf deutschen Servern gehostet und genießt das Vertrauen hunderter Kunden, unter anderem Eurowings, Mercedes Benz Leasing, und Schüttfließ. ContractHero bietet ein automatisiertes und zentralisiertes Vertragsmanagement, das vergessene Dokumente in Potenziale umwandelt, und es Ihnen ermöglicht, Ressourcen in Ihrem Unternehmen freizusetzen. Von Machine Learning (ML) unterstützter Vertragsanalyse, dediziertem Rechtsmanagement und E-Signatur bis hin zur Mehrmandantenfähigkeit und einem exzellenten Kundensupport ist ContractHero ein leistungsstarkes Werkzeug zur zentralen Steuerung der wichtigsten Dokumente. Für weitere Informationen, einschließlich Preise und weitere Funktionen, besuchen Sie uns unter www.contracthero.com

Ctrl+S



ctrl+s ermöglicht vollständige Transparenz über Emissionen per Knopfdruck. Die Produkte matter+s und supplier+s greifen dabei eng ineinander, um baseline-Emissionen zu qualifizieren und einen vergleichbaren und anwendbaren Einblick zu liefern.

Daato



Daato unterstützt Organisationen auf dem Weg zur Nachhaltigkeit, von der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften bis zur Umsetzung strategischer ESG-Ziele. Die Nachhaltigkeitslösung bietet flexible Workflows und benutzerdefinierte KPIs für eine ganzheitliche Nachverfolgung und Berichterstattung.

ebidtopay



Ebidtopay bietet als Procure-to-Pay-Suite intuitive Funktionen für direkten und indirekten Einkauf. ebidtopay ist durch jahrelange Erfahrung und Zertifizierungen die zuverlässige Lösung für effizientes Zeit- und Kostenmanagement.

Startups 2024

Easy2Parts



Easy2Parts verwendet eine eigene KI für optimale Beschaffungslösungen von Zeichnungsteilen. Das Geschäftsfeld „PartSpace.io“ bietet Data Analytics Services für individuelle Kundenbedürfnisse und eine integrierte Einkaufsumgebung.

Gryn



gryn ist ein Netzwerk, das alle Logistikdienstleister auf einer Plattform zusammenführt und es Unternehmen ermöglicht, CO2e-Daten für eine konforme Scope-3-Berichterstattung auszutauschen, zu berechnen, zu bewerten und zu optimieren.

Hivebuy



Hivebuy orchestriert Bestellprozesse von der Kaufentscheidung bis zur Rechnungsprüfung in einer unternehmensweiten Lösung und schafft somit Effizienz und laufende Transparenz über alle Vorgänge und Kosten. Gegründet von Einkaufs- und Finanzexperten, integriert Hivebuy direkt mit den führenden B2B eCommerce Lösungen und bringt Budgets in Echtzeit in den operativen Prozess und kann ohne technische Implementierung in wenigen Stunden im Unternehmen eingeführt werden. Weitere Informationen findest du auf hivebuy.com/de/

Holocene



Holocene löst globale Logistik- und Lieferketten-Herausforderungen durch die Nutzung neuer Software-Technologien. Die benutzerfreundliche RPAI-Lösung automatisiert grenzüberschreitende Logistikprozesse und bietet eine Single-Window-Lösung.

Kiresult



Kiresult bietet eine Procurement Analytics Plattform, um Kosten zu kontrollieren und Einkaufsausgaben transparent zu machen. Die KI verbessert Datenqualität, ermöglicht sofortige Optimierungspotenziale und schafft eine zuverlässige Entscheidungsgrundlage für den strategischen Einkauf.

Matchory



Matchory ermöglicht mit seiner Lieferanten-Suchmaschine eine schnelle, automatisierte Lieferantensuche. Modernste Technologien reduzieren die Suche auf wenige Minuten, steigern die operative Flexibilität und minimieren Risiken in der Lieferkette.

Melibo



Melibo ist ein benutzerfreundlicher Chatbot-BUILDER für Kundensupport, Vertrieb und Marketing, der ohne Code hochwertige KI-Chatbots erstellt. Diese können in wenigen Minuten durch das Eintragen von Fragen und Antworten gestaltet werden.

Mercanis



Mercanis digitalisiert den Source-to-Contract Prozess, bietet KI-gestützte Lösungen für Lieferantenmanagement, Sourcing, Ausgabenanalyse und Vertragsmanagement – flexibel als standalone oder integriert in bestehende IT-Landschaften nutzbar.

mysupply



Mysupply automatisiert den Einkaufsprozess, erzielt 11% Einsparungen und reduziert den operativen Aufwand um mehr als 50%. Die SaaS-Lösung nutzt Machine Learning und KI, ist im SAP Store erhältlich und bietet ein Plugin für SAP Ariba.

Negotiation Academy Potsdam



Die Negotiation Academy Potsdam optimiert Verhandlungsperformance mit dem digitalen Verhandlungskoach NEMA, der Analyse, Vorbereitung und Controlling ermöglicht und nahtlos in Vertriebssysteme integrierbar ist.

Pacurion



Pacurion vereinfacht die Beschaffung von Ladehilfsmitteln. Mit einem Mausklick erhalten Kund:innen Europaletten und mehr und sparen Zeit und Ressourcen über die kostenlose Handelsplattform.

Partspace



Mit PartSpace können innovative Einkäufer:innen erstmals mithilfe der Künstlichen Intelligenz „Abella“ Lieferanten, Preise und technische Details für Fertigungsteile automatisiert in einer integrierten Umgebung verwalten.

Startups 2024

Paxly



PAXLY digitalisiert Beschaffungsprozesse der Verpackungsindustrie und bietet als Lieferant für maßgeschneiderte Verpackungen effiziente, kostensparende Lösungen durch einen standardisierten, schnellen Prozess.

Procure Ai



Procure Ai ist darauf spezialisiert, Daten und KI zu nutzen, um Beschaffungsprozesse zu revolutionieren. Das Unternehmen stellt innovative Lösungen bereit, um messbare Ergebnisse für seine Kunden zu erzielen.

Prospeum



Prospeum revolutioniert die strategische Dienstleistungsbeschaffung durch automatisierte RFP-Prozesse und transparente Lieferantenauswahl. Der Netzwerkansatz fördert Kollaboration, intuitive Nutzung und erfüllt höchste Qualitätsstandards.

Roomex



Roomex bietet als kostenlose Reisemanagement-Plattform eine Komplettlösung für Procurement- und Travel-Manager. Das Team kümmert sich um Unterkünfte für Projektaufenthalte und Gruppenbuchungen.

Smace Technologies



Smace Technologies verbessert die Unternehmens-Kunden-Zusammenarbeit durch ihre skalierbare Plattform. Die einheitliche Lösung automatisiert die Kundendatenerfassung und steigert Transparenz sowie Produktivität im Vertriebsprozess.

sustainabill – part of VERSO



Die sustainabill Cloud Plattform ermöglicht ein umfassendes Risikomanagement für die Lieferkette, um Compliance mit LkSG und CSRD sicherzustellen. Automatisierte Funktionen bieten Überblick, Selbstauskünfte, Maßnahmenkommunikation und -verfolgung für 100% BAFA-Konformität und GRI/CSRD-Anforderungen.

Tacto



Tacto digitalisiert den Einkauf für Mittelständler, automatisiert Prozesse, bietet Transparenz und KI-gestützte Einsparhinweise. Die Zusammenarbeit ermöglicht maßgeschneiderte Lösungen für effiziente Beschaffung.

Xatena



Die Xatena AG ist Partner für die Digitalisierung und Prozessoptimierung im strategischen Einkauf. Die xatena-Plattform ermöglicht durch Standardisierung und Automatisierung Einsparungspotenziale und eine Professionalisierung des Beschaffungsmanagements.

Was sagen unsere Procurement Heroes zum Event?

In dieser Ausgabe findest Du nicht nur Interviews mit echten Procurement Heroes sondern auch Stimmen von anderen Teilnehmer:innen und Speaker:innen des Events - sechs weitere Gründe, die für den Procurement Summit sprechen. Wir finden die Aussagen total inspirierend und freuen uns über das tolle Feedback.

ecovadis

The Procurement Summit is an event we come back to year after year and each time we are impressed by the caliber of attendees, industry experts and thought leaders that are present. The summit provides a great platform for networking and learning and is fast becoming one of the must-attend events for anyone in the procurement space.

HAYS

Die Teilnahme ist für Hays fast nicht mehr wegzudenken. Mit den Top-Entscheider:innen im Einkauf vernetzen und Know-How im Workforce Management austauschen. Das ist es, was für uns zählt.

Hivebuy

Der Procurement Summit ist für mich jedes Jahr aufs Neue mein absolutes Lieblings-Event. Ich erlebe hier nicht nur einen tollen Austausch und Netzwerken auf Augenhöhe, sondern die beiden Tage fühlen sich an wie ein Nachhausekommen der „coolen Kids“ im Einkauf mit dem gemeinsamen Ziel: Den Einkauf fit für die Zukunft zu machen.



Der Procurement Summit ist eine herausragende Veranstaltung mit tollen Panels und Ausstellern. Mir hat vor allem der pragmatische und schnelle Austausch mit vielen Gesprächspartnern gefallen. Somit habe ich einen schnellen Überblick über Neuerungen in der Digitalisierung erhalten und Sparring mit anderen Einkaufsentscheidern.

Simone Kollmann-Göbels
Senior Vice President
Ströer SE & Co. KGaA

STRÖER

Mich hat das moderne und ansprechende Format des Procurement Summit überzeugt. Einkaufsbegeisterte finden einen Rahmen, sich kennenzulernen, auszutauschen und voneinander zu lernen - und das auf Augenhöhe und mit viel Spaß.



Annika Runge
Leiterin Beschaffung Beraterleistungen + Projektleiterin People Business
Deutsche Bahn AG

Es gibt keinen Grund im Jahr 2023 Einkauf nicht digital zu machen. Auf dem Procurement Summit findet man so viele tolle eProcurement Lösungen, die bezahlbar, nutzerfreundlich und einfach zu implementieren sind. Einkaufsdigitalisierung ist keine Strategie, es ist eine Denkweise.



Alejandro Basterrechea
Director Indirect Procurement
Zalando SE

Eine gute Mischung aus spannenden Vorträgen auf den Stages und unterschiedlichsten Ausstellern im Messebereich, dazu eine locker-fröhliche Atmosphäre zum Networking.



Florian Ehring
Purchasing Director
Tchibo GmbH

Der Procurement Summit 2023 bot mir nicht nur spannende Einblicke in die neuesten Trends und Herausforderungen in der Beschaffungswelt, sondern ermöglichte mir auch, bestehende Kontakte zu ehemaligen Kollegen wieder aufleben zu lassen und neue Netzwerke zu knüpfen.



Lisa Pape
Team Lead Procurement Non-IT
Swisslife

Die Veranstaltung hat meine Erwartungen übertroffen. Die Vorträge waren informativ und fesselnd, und die Gelegenheit, neue Leute kennenzulernen, war großartig.“ Ein großes Lob an das Veranstaltungsteam! Alles lief reibungslos, und die Auswahl der Themen und Referenten war hervorragend. Ich hatte eine tolle Zeit! Procurement Summit = innovativ, informativ und inspirierend - Ein gutes Format.

Jörn Kramer
Head of Procurement
Coloplast GmbH



Dr. Ute Rajathurai

Einkaufsleiter:innen vorgestellt



1. Erzähle uns bitte ein bisschen über Dich selbst und Deine Karriere. Wie bist Du Einkaufsleiter:in für Bayer Crop Science geworden und seit wann bist Du in Deinem aktuellen Unternehmen?

Mein Name ist Dr. Ute Rajathurai und ich bin seit Juni 2023 als SVP, Global Head of Procurement Product Supply Crop Science tätig. In dieser Position leite ich weltweit den direkten Einkauf unseres Agrargeschäfts Bayer Crop Science. Ich habe Jura studiert und arbeite bereits seit 20 Jahren im Unternehmen. Ursprünglich habe ich als Rechtsanwältin in-house bei Bayer gestartet. Die Rechtsabteilung hat zu dem Zeitpunkt unsere externen Rechtsberater ohne Einbindung des Einkaufs beauftragt. Das wollten wir als Unternehmen vor einigen Jahren ändern und die Zusammenarbeit mit dem Einkauf etablieren. Dazu war uns wichtig, Expertise und Erfahrung aus beiden Welten zusammenzubringen. Und so bin ich in den Einkauf gekommen: mit der Aufgabe, „External Legal Spend Management“ für den Bayer Konzern global zu etablieren. Und was soll ich sagen – was ursprünglich nur auf drei Jahre angelegt war, ist zu meiner Passion geworden – der Einkauf. Seitdem habe ich eine Vielzahl an unterschiedlichen Führungsaufgaben und Rollen im Einkauf übernommen – etwa in den Bereichen Strategie, Nachhaltigkeit, Innovation, Digitalisierung und indirekter Einkauf, um nur einige Themen zu nennen.

2. Kommen wir zum Business - verrate uns etwas über das Geschäft: Was macht Dein Unternehmen besonders und wie hoch ist euer jährliches Einkaufsvolumen?

Über allem steht bei Bayer die Vision „Health for all, hunger for none“ – und sie treibt auch mich persönlich an. Das Wachstum und das zunehmende Altern der Weltbevölkerung sowie die steigende Belastung der natürlichen Ökosysteme stellen die Menschheit vor große Herausforderungen. Als eines der weltweit führenden Unternehmen in den Bereichen Gesundheit und Ernährung können wir maßgeblich dazu beitragen, Lösungen zu finden. Was den Agrarbereich betrifft, sind wir bei Bayer davon überzeugt, dass die Antwort in einem ganzheitlichen Konzept für eine nachhaltige Landwirtschaft liegt, das ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Kriterien berücksichtigt. Mit dem Ansatz der regenerativen Landwirtschaft können wir Landwirte dabei unterstützen, die Herausforderungen einer nachhaltigen Bodenbewirtschaftung mit einer breiten Palette innovativer Lösungen zu meistern. Diese sind auf ihre lokalen landwirtschaftlichen Praktiken zugeschnitten und sichern Produktivität sowie das wirtschaftliche Wohlergehen der Gemeinden. In der Division Crop Science arbeiten wir mit Lieferanten von chemischen Rohstoffen, Zwischenprodukten, Formulierchemikalien und Saatgut. Darüber hinaus zählen aber auch Verhandlungen mit Lieferanten von Verpackungsmaterialien sowie Transport- und Logistikdienstleistungen zu unserem umfangreichen Aufgabengebiet. Unser Einkaufsvolumen für das Agrargeschäft beträgt ca. 9 Milliarden EUR jährlich (Stand 2022).

3. Welche Themen beschäftigen Dich zurzeit besonders? Was verändert sich im Einkauf in Eurem Unternehmen?

Uns beschäftigen viele Herausforderungen und großartige Chancen. Unsere Organisation muss stärker zusammenwachsen, damit wir gemeinsam unsere Dekarbonisierungsziele vorantreiben und die Resilienz unserer Supply Chain stärken können. Unsere Nachhaltigkeitsziele sind ambitioniert und erfordern Priorität. Wir möchten unsere Exzellenz im Einkauf insgesamt weiter steigern. In dem Zusammenhang sponsore ich unsere Initiative zum Thema Risikomanagement. Natürlich ist Cost Leadership auch ein wichtiges Thema für uns. Wie auch die Optimierung unserer Working Capitals. Und die Frage, wie die Digitalisierung und generative AI uns als Einkauf weiter voranbringen kann. Ganz persönlich liegen mir Themen wie unser Kulturwandel und moderne Führung am Herzen. In meinen Augen verändert sich die Rolle von Führungskräften erheblich – weg von hierarchischen Strukturen hin zum Selbstverständnis als Coach, Visionär, Katalysator und Architekt.

4. Warum hast du dich entschieden, in den Einkauf zu gehen, was hat dich an dem Thema begeistert?

Wie oben beschrieben, war meine Aufgabe im Einkauf ursprünglich als temporärer Exkurs gedacht. Neue Herausforderungen nehme ich mit Neugier und Offenheit an und ich habe den Einkauf als eine großartige Abteilung kennengelernt. Es ist ein Bereich, in dem unheimlich viel Wirksamkeit für ein Unternehmen entfaltet werden kann. Wir gewinnen immer wieder Preise für unsere innovativen Ansätze. Und können viel bewegen in einer konstant volatilen Welt. In der es immer mehr darum geht, Ökosysteme zu bilden – und was ist da treffender als der Slogan unserer Bayer Einkaufsabteilung: Igniting Networks!

5. Was macht ein gutes Team aus und wie fordert und fördert man Nachwuchstalente? Der Fachkräftemangel ist bereits überall angekommen und stellt auch den Einkauf vor große Herausforderungen. Wie kann man ihm entgegenreten?

Erst mal geht es in meinen Augen darum, sich wirklich zu öffnen: Zeit mit Mitarbeitenden auf allen Hierarchieebenen zu verbringen, mehr über sie zu lernen, und zwar über den ganzen Menschen. Es geht darum, tolle Karrierepfade zu ermöglichen, zum Beispiel in unserem Trainee-Programm. Es geht aber auch darum, Mitarbeitende zu fordern und zu fördern – und zwar entlang ihrer Stärken. Mit Stretch Assignments, Ermutigung zum Sprung in andere Funktionen und Aufgabenbereiche, und als Mentor und Coach da zu sein und offen dafür zu sein, auch selbst zu lernen. Gute Entwicklungsgespräche führen, sich Zeit für Personalkonferenzen nehmen, Impulse setzen.



Dr. Ute Rajathurai

ute.rajathurai@bayer.com

Global Head of Procurement
Product Supply Crop Science

Bayer AG

Dr. Ute Rajathurai

6. Was wärest Du geworden, wenn nicht Einkaufsleiter:in?

Welche alternative Karriere hätte auch noch zu Dir passen können?

Das ist eine spannende Frage! Zu Schulzeiten sah es mal so aus, als würde ich meinen Beruf in der Musik finden – und dann habe ich mich doch für die Rechtswissenschaften entschieden. Dann wollte ich eigentlich Richterin werden, fand die Unternehmenswelt am Ende aber doch spannender. Ich hätte mir auch vorstellen können, breitere Aufgaben in einem Unternehmen zu übernehmen. Und finde last but not least auch die Welt der Start-ups faszinierend. Ich bin ganz sicher, für jeden Menschen kann es viele Wege geben.

7. Beim Procurement Summit 2023 waren über 30 junge und innovative Startups vertreten, die ihre Lösungen für den Einkauf vorgestellt haben. Setzt Ihr bereits solche Tools ein und wie funktioniert die Integration in Eure bestehende Systemlandschaft?

Ja, wir schauen uns sehr aktiv in dieser Welt um. Und nutzen auch verschiedene Lösungen. In der Tat ist allerdings das Thema Integration in unsere eigene Systemlandschaft in der Regel das größte Problem. Ich träume von plug and play – aber seien wir ehrlich, da sind wir in aller Regel heute nicht. Ich bin aber sicher, dass die Digitalisierung und generative AI unsere Welt in den nächsten Monaten und Jahren signifikant weiter verändern wird.

8. Zum Abschluss: Was sind Deine Dos and Don'ts für die nächsten 12 Monate?

Meine Dos: Kulturwandel vorantreiben, der Organisation dabei helfen, weniger in hierarchischen Strukturen und mehr in Netzwerken und Ökosystemen zu denken, Mithelfen, Lösungen für unsere Kunden in der Landwirtschaft zu entwickeln. Beim Bayer Supplier Day im November mit unseren Lieferanten in den Austausch zu gehen. Zeit mit unseren Farmern zu verbringen und mehr über ihre Herausforderungen zu lernen. Spaß bei der Arbeit haben!

Meine Don'ts: So wenig Zeit wie möglich mit reiner „Administration“ verbringen und sich nicht hineinziehen lassen in Themen, die wenig Wert schaffen. Nicht in der Bürokratie verheddern.



Martina Boxberger

1. Erzähle uns bitte ein bisschen über Dich selbst und Deine Karriere. Wie bist Du Einkaufsleiter:in geworden und seit wann bist Du in Deinem aktuellen Unternehmen?

Ich habe eine Ausbildung gemacht und anschließend ein Duales Studium. In beiden Ausbildungen hatte ich viele Berührungspunkte zum Einkauf und die größte Freude, da der Einkauf ein unglaublich breites Gebiet ist, insbesondere der strategische Einkauf. Sozusagen von Merger&Acquisition bis hin zum Einkauf von Toilettenpapier. In meinem aktuellen Unternehmen bin ich seit 2008 und habe verschiedenste Stationen im strategischen Einkauf durchlaufen, bevor ich die Leitung übernommen habe.

2. Kommen wir zum Business - verrate uns etwas über das Geschäft: Was macht Dein Unternehmen besonders und wie hoch ist euer jährliches Einkaufsvolumen?

Unser jährliches Einkaufsvolumen ist ca. 850 Millionen Euro. Das Spannendste ist die Vielfalt der Themen, es gibt immer wieder Neues zu entdecken. Unser Unternehmen entwickelt sich permanent weiter und dadurch auch der strategische Einkauf. Auch neue legale Anforderungen fordern uns immer wieder aufs Neue. Bewährtes zu bewahren, Neues zu integrieren und gleichzeitig die Digitalisierung voranzutreiben – all diese Herausforderungen machen den strategischen Einkauf zu einem spannenden Feld.

3. Welche Themen beschäftigen dich zurzeit besonders? Was verändert sich im Einkauf in Eurem Unternehmen?

Zur Zeit beschäftigen uns insbesondere das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz aber auch der Ausbau der Digitalisierung sowie die Erhöhung der Resilience.

Verändert hat sich viel durch die kürzlichen Krisen, Corona, Krieg, Naturkatastrophen. All diese Geschehnisse haben gezeigt, dass die Supply Chain eine große Bedeutung im Unternehmen haben. Unglaublich viele Schnittstellen und gemeinsame Schnittstellen mit anderen Abteilungen zeigen, welch breites Spektrum ein heutiger strategischer Einkäufer abbilden muss. Die reine Verhandlung tritt hierbei zeitweise sogar ein wenig in den Hintergrund.

Martina Boxberger

4. Warum hast du Dich entschieden, in den Einkauf zu gehen, was hat Dich an dem Thema begeistert?

Die Vielfalt der Themen, die Gestaltungsmöglichkeiten inner- und außerhalb des eigenen Unternehmens, die unzähligen Schnittstellen und nicht zuletzt die tolle Möglichkeit global zu arbeiten waren für mich die ausschlaggebenden PUNKTE. Und das habe ich bis heute nicht bereut.

5. Was macht ein gutes Team aus und wie fordert und fördert man Nachwuchstalente? Der Fachkräftemangel ist bereits überall angekommen und stellt auch den Einkauf vor große Herausforderungen. Wie kann man ihm entgegentreten?

In meinen Augen ist der Zusammenhalt innerhalb des Teams auch in schwierigen Situationen genauso wichtig, wie die Möglichkeit sich gemeinsam weiterzuentwickeln. Und ganz wichtig ist die Freude am Beruf des Einkäufers.

Junge Menschen nach der Ausbildung oder dem Studium zum Einkäufer auszubilden, Quereinsteiger oder branchenfremde Personen zum Einkäufer weiterzuentwickeln, halte ich für essentiell. Nach einem Studium ist man im seltensten Fall ein „fertiger Einkäufer“. Tandems aus erfahrenen Einkäufern und jungen Talenten mit Spaß an der Entwicklung und an einem sich ständig ändernden Jobprofil geben uns tolle Möglichkeiten Nachwuchskräfte aufzubauen.

6. Was wärest Du geworden, wenn nicht Einkaufsleiter:in? Welche alternative Karriere hätte auch noch zu Dir passen können?

In der Tat wären es einkaufsnahe Positionen gewesen, wie z.B. Merger&Acquisition oder die Leitung eines produzierenden Werkes.

7. Beim Procurement Summit 2023 waren über 30 junge und innovative Startups vertreten, die ihre Lösungen für den Einkauf vorgestellt haben. Setzt Ihr bereits solche Tools ein und wie funktioniert die Integration in Eure bestehende Systemlandschaft?

Wir arbeiten mit etablierten IT-Systemen und ergänzen uns durch innovative kleinere Lösungen. Wichtig ist, dass die Systeme an unsere etablierten Systeme angedockt werden können, damit alle weltweit auf die gleiche Datenbasis zugreifen.



8. Zum Abschluss: Was sind deine Dos and Don'ts für die nächsten 12 Monate?

- Etablierung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes
- Ausbau unserer resilienten Supply Chain
- Weitergabe des Wissens sowie der Freude am strategischen Einkauf
- Verknüpfung aller relevanten Abteilungen entlang der supply chain
- Don'ts gibt es im Bereich Supply Chain aus meiner Sicht keine, eine permanente Anpassung und Weiterentwicklung auch durch Fehler sind essentiell.



Martina Boxberger

Martina.Boxberger@merz.de

Einkaufsleiterin

Merz Pharma GmbH & Co. KGaA

Gao Kwintmeyer

Einkaufsleiter:innen vorgestellt



1. Erzähle uns bitte ein bisschen über Dich selbst und Deine Karriere. Wie bist Du Einkaufsleiter:in geworden und seit wann bist Du in Deinem aktuellen Unternehmen?

Ich habe 1997 bei Siemens Power Generation als Einkäufer angefangen und zu der Zeit gab es in der Geschäftseinheit keine Differenzierung zwischen strategisch und operativ. Der Umfang und die Aufgaben haben mich sehr schnell begeistert und ich entschloss mich, mich in dieser Funktion weiterzuentwickeln.

Die erste Führungsaufgabe als Dienststellenleiter durfte ich im Jahr 2003 antreten. Bei meinem aktuellen Arbeitgeber Ottobock bin ich seit April 2019 als Chief Procurement Officer beschäftigt.

2. Kommen wir zum Business - verrate uns etwas über das Geschäft: Was macht Dein Unternehmen besonders und wie hoch ist Euer jährliches Einkaufsvolumen?

Wir entwickeln, produzieren und vermarkten Produkte, die man normalerweise nicht haben möchte. Wenn man dann aber Bedarf haben sollte, ist man sicherlich froh, dass wir weiterhelfen können. Konkret: Wir helfen Menschen, ihre Bewegungsfreiheit zu erhalten oder zurückzuerlangen. Mit Prothesen, Orthesen und Produkten aus dem Segment NeuroMobility, z.B. Rollstühle. Zudem haben wir auch Exoskelette und bieten Gesundheitsdienstleistungen als Gesamtlösung im Sinne eines „One-Stop-Shop“ an. Also unser „Purpose“ ist schon besonders sinnvoll.

Wir planen, in 2023 ca. 1,5 Milliarden Euro Umsatz zu erzielen. Dementsprechend liegt das Einkaufsvolumen im mittleren dreistelligen Millionenbereich.

3. Welche Themen beschäftigen dich zurzeit besonders? Was verändert sich im Einkauf in eurem Unternehmen?

Wir haben vielfältige Herausforderungen, die seit Jahren immer komplexer werden. Früher hat man sich noch mit LCC- oder dann BCC-Sourcing beschäftigt. Mittlerweile kommen wir an Sustainability und ESG-Rating nicht mehr vorbei. Dies wird zudem durch das LkSG in die nächste Dimension geführt. Hier sehe ich ganz klar unsere Chance uns im Wettbewerb ganz vorne zu positionieren. Wir wollen tolle, nachhaltige Produkte und Lösungen anbieten und zudem natürlich ein attraktiver Arbeitgeber für die nächsten Generationen sein. Das sind u.a. Themen, zu denen ich mit meinem Bereich, neben Sicherstellung unserer Wettbewerbsfähigkeit durch Einsparungen, einen klaren, messbaren Beitrag leisten werde.

4. Warum hast Du Dich entschieden, in den Einkauf zu gehen, was hat dich an dem Thema begeistert?

Zum einen die fachliche Komplexität: SCM / Logistik, Vertragsrecht, Kalkulation, Fertigungstechnologien, Qualitätswesen, die vielen internen Schnittstellen, etc. Und zum anderen die persönlichen Fertigkeiten: Kommunikationsgeschick, Beziehungsmanagement, Verhandlungsstrategien u.v.m.

bereichern diese Funktion und bringen dementsprechende Herausforderungen und Abwechslung.

Und wenn man nun noch die vielfältigen Industrien von Automobil, Maschinenbau bis zur Medizintechnik im internationalen Umfeld betrachtet, ergeben sich vielfältige, begeisternde Möglichkeiten, sich im Einkauf zu verwirklichen.

5. Was macht ein gutes Team aus und wie fordert und fördert man Nachwuchstalente? Der Fachkräftemangel ist bereits überall angekommen und stellt auch den Einkauf vor große Herausforderungen. Wie kann man ihm entgegenzutreten?

Also ein Allgemeinrezept gegen den Fachkräftemangel im Einkauf habe auch ich nicht. Aber mit über 20 Jahren Führungserfahrung bin ich weiterhin fest davon überzeugt, dass sich bestimmte Grundprinzipien in der Führung von Teams trotz Digitalisierung etc. nicht verändert haben. Es ist Aufgabe der Führungskräfte, junge Talente für die vielfältigen Aufgaben im Einkauf, ob mehr operativ, in der Strategie oder im Projekteinkauf zu begeistern und zu entwickeln. Und neben den fachlichen Themen stehen natürlich die zwischenmenschlichen Beziehungen im Vordergrund. Hier ist es dann natürlich eine Kunst, räumlich verstreute Teams, teilweise global, virtuell erfolgreich „mit auf die Reise“ zu nehmen.

Allerdings müssen wir auch eine intrinsische Motivation junger Menschen erwarten dürfen, damit dieses Zusammenspiel erfolgreich funktioniert. Für weitere Diskussionen stehe ich gerne zur Verfügung.

6. Was wärest Du geworden, wenn nicht Einkaufsleiter?

Welche alternative Karriere hätte auch noch zu Dir passen können?

Wenn ich nicht zu faul für das Jurastudium gewesen wäre: Jurist. Denn auch hier finde ich die Kombination von Gesetzestexten mit dem Management zwischenmenschlicher Beziehungen sehr spannend und herausfordernd.

7. Beim Procurement Summit 2023 waren über 30 junge und innovative Startups vertreten, die ihre Lösungen für den Einkauf vorgestellt haben. Setzt ihr bereits solche Tools ein und wie funktioniert die Integration in eure bestehende Systemlandschaft?

Wir setzen selbstverständlich bereits diverse Tools ein; haben allerdings speziell im Einkauf noch Nachholbedarf. Es ist klares Ziel, dass wir hier in den nächsten Jahren weiter voranschreiten werden. Wie die Integration dann funktioniert hat, kann ich also ein anderes Mal berichten.

8. Zum Abschluss: Was sind deine Dos and Don'ts für die nächsten 12 Monate?

Für mich persönlich ändert sich hoffentlich nicht allzu viel: Also authentisch bleiben und den Sinn für Humor nicht verlieren. Auf keinen Fall möchte ich zu schnell neuen Trends erliegen, und vor anstehenden Problemen „wegducken“ ist ebenfalls ein Don't.

ottobock.

Gao Kwintmeyer

Gao.Kwintmeyer@ottobock.de

Chief Procurement Officer

Ottobock SE & Co. KGaA



Claus Müller

1. Erzähle uns bitte ein bisschen über Dich selbst und Deine Karriere. Wie bist du Einkaufsleiter:in geworden und seit wann bist du in deinem aktuellen Unternehmen?

Ich habe ein Studium zum Dipl.-Ing. Kunststofftechnik absolviert. Bei meinem ersten Arbeitgeber hatte ich dann gleich die Verantwortung für eine kleine Produktionsanlage, die sehr verschleißanfällig war. Bei der Ersatzteilbeschaffung und später bei der Neuanschaffung einer Anlage habe ich intensiv den Einkauf unterstützt und kam dadurch mit Einkaufsthemen in Berührung. Später gab es eine Initiative des Arbeitgebers „Techniker im Einkauf“, bei dieser wurden Projekteinkäufer für Teile und Werkzeuge gesucht. Ich habe diese Gelegenheit wahrgenommen und bin so in den Einkauf gekommen. Die Verbindung meines bisherigen technischen Wissens mit den kaufmännischen Themen hat mich von Anfang an sehr begeistert.

Ich bin jetzt seit 25 Jahren im Einkauf tätig, davon mehr als 8 Jahre bei der prego services GmbH.

2. Kommen wir zum Business - verrate uns etwas über das Geschäft: Was macht Dein Unternehmen besonders und wie hoch ist Euer jährliches Einkaufsvolumen?

Mein Einkaufsbereich verantwortet rund 350 Millionen Euro Einkaufsvolumen. Wir sind ein Dienstleistungsunternehmen für Energieversorger und anverwandte Unternehmen. Die Kombination der unterschiedlichen Bereiche macht das Arbeiten sehr spannend. So birgt die Zusammenarbeit des Einkaufs mit unserem IT-Bereich Möglichkeiten, die schon eine gewisse Dynamik in die Prozesse einbringt.

Besonders spannend ist aber, dass auch unser Einkauf als Dienstleister seine eigenen Kunden hat. Somit haben wir nicht nur interne Kunden, sondern auch ein echtes „Außenverhältnis“ mit anderen Unternehmen.

3. Welche Themen beschäftigen Dich zurzeit besonders? Was verändert sich im Einkauf in Eurem Unternehmen?

Die Dichte der Themen für den Einkauf sind gerade in den letzten fünf Jahren enorm gestiegen. Uns beschäftigt natürlich in erster Linie die labilen Lieferketten, die sich auch auf längere Sicht hin nicht bessern werden. Zugleich kommt es aber gerade in unserer Branche zu einem enormen Druck durch den beschleunigten Ausbau der Netze und die E-Mobility-Strategie. Somit steht einem steigenden Bedarf eine reduzierte Verfügbarkeit entgegen.

Wir versuchen der Situation mit angepassten und flexiblen Prozessen zu begegnen, auch mit dem Einsatz von IT-Tools und vernetzten Informationen.

4. Warum hast du Dich entschieden, in den Einkauf zu gehen, was hat dich an dem Thema begeistert?

In erster Linie begeistert mich der Umgang mit anderen Menschen. Aber auch die strategische Weitsicht, die man im Einkauf haben muss. Dazu gehört auch das Verständnis für die Lieferanten und deren Ware.

5. Was macht ein gutes Team aus und wie fordert und fördert man Nachwuchstalente? Der Fachkräftemangel ist bereits überall angekommen und stellt auch den Einkauf vor große Herausforderungen. Wie kann man ihm entgegentreten?

Ein gutes Team ist leistungsstark und motiviert und darf vor allem nicht die Freude an der Aufgabe verlieren! Ich setze auf sehr selbstständiges Arbeiten, versuche nur die handelnden Rahmen zu definieren.

Nachwuchskräfte versuchen wir frühzeitig zu finden und auch weiter zu entwickeln. Wir bilden speziell im Einkauf aus, sind als Unternehmen bei Jobmessen vertreten und fördern unsere Mitarbeiter:innen intern. Dem Fachkräftemangel im Allgemeinen entgegenzutreten ist schwierig. Der Beruf des Einkäufers:in muss attraktiv gestaltet sein und auch nach außen hin beworben werden. Ich glaube, dass sich heute noch zu viele Menschen unter dem Beruf „Einkäufer:in“ nicht wirklich etwas vorstellen können. Das muss sich ändern!

6. Was wärst Du geworden, wenn nicht Einkaufsleiter:in?

Welche alternative Karriere hätte auch noch zu Dir passen können?

Ich wäre sicherlich meinen Weg in der Anwendungstechnik und Werkstoffentwicklung weitergegangen. Das hat mir auch immer großen Spaß bereitet, da konnte ich meine technische Seite ausspielen.

7. Beim Procurement Summit 2022 waren über 30 junge und innovative Startups vertreten, die ihre Lösungen für den Einkauf vorgestellt haben. Setzt Ihr bereits solche Tools ein und wie funktioniert die Integration in Eure bestehende Systemlandschaft?

Die Förderung von Startups, auch bei solchen Meetings wie der Procurement Summit, sind eine enorm wichtige Sache. Dort werden neue Ideen als Geschäftsmodell beworben. Auch wenn nicht jedes Tool für unsere Branche zielführend ist, so gibt es doch immer wieder interessante Ansätze.

Aktuell setzen wir noch kein Tool eines Startups ein, waren aber schon mit zwei Unternehmen im engeren Austausch.

8. Zum Abschluss: Was sind deine Dos and Don'ts für die nächsten 12 Monate?

Definitiv ein Auge auf die Lieferketten haben, damit die anstehenden Projekte bei uns und unseren Kunden fristgerecht laufen können. Ein weiterer Schwerpunkt sind die Personalentwicklung und Einkaufsprojekte zur Automatisierung der Prozesse.

prego.
services

Claus Müller

claus.mueller@prego-services.de

Einkaufsleiter

prego services GmbH

Michael Schürmann

Einkaufsleiter:innen vorgestellt



1. Erzähle uns bitte ein bisschen über Dich selbst und Deine Karriere. Wie bist Du Einkaufsleiter:in geworden und seit wann bist du in Deinem aktuellen Unternehmen?

Ich bin seit meinem 27. Lebensjahr in der Welt des Einkaufs und der Beschaffung tätig. Meine Karriere begann in einer Unternehmensberatung, wo ich operative und strategische Projekte leitete. Nach einigen Jahren in der Beratung wechselte ich in die Industrie und arbeitete in verschiedenen Positionen im Bereich Operations und Supply Chain Management, wodurch ich ein breites Verständnis für die gesamte Lieferkette entwickelte. Vor vier Jahren wurde ich Einkaufsleiter für den globalen Indirekten Einkauf bei der Körber AG. Seit kurzem arbeite ich als Senior Manager Global Supply Chain Operations direkt für den Vorstand der Körber AG.

2. Kommen wir zum Business - verrate uns etwas über das Geschäft: Was macht Dein Unternehmen besonders und wie hoch ist euer jährliches Einkaufsvolumen?

Körber ist ein internationaler Technologiekonzern mit rund 13.000 Mitarbeitern weltweit und gliedert sich in die Geschäftsfelder Digital, Pharma, Supply Chain und Technologies. Der Konzern setzt unternehmerisches Denken in Kundenerfolge um und gestaltet den technologischen Wandel.

3. Welche Themen beschäftigen Dich zurzeit besonders? Was verändert sich im Einkauf in Eurem Unternehmen?

Aktuell beschäftigen mich besonders die Digitalisierung und Automatisierung. Wir arbeiten daran, unsere Beschaffungsprozesse effizienter und datengetriebener zu gestalten. Auch die Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Faktor, und wir sind bestrebt, nachhaltige Lieferantenbeziehungen und Beschaffungsmethoden zu fördern.

4. Warum hast Du Dich entschieden, in den Einkauf zu gehen, was hat Dich an dem Thema begeistert?

Der Einkauf fasziniert mich, weil er das Bindeglied zwischen strategischer Planung und praktischer Umsetzung in einem Unternehmen ist. Die Möglichkeit, Kosten zu optimieren, Qualität sicherzustellen und gleichzeitig Lieferantenbeziehungen aufzubauen, hat mich von Anfang an begeistert.

5. Was macht ein gutes Team aus und wie fordert und fördert man Nachwuchstalente? Der Fachkräftemangel ist bereits überall angekommen und stellt auch den Einkauf vor große Herausforderungen. Wie kann man ihm entgegenzutreten?

Ein gutes Einkaufsteam zeichnet sich durch Expertise, Kommunikationsfähigkeiten und Teamarbeit aus. Zur Förderung von Nachwuchstalenten ist kontinuierliche Schulung und Entwicklung entscheidend. Wir arbeite

ten daran, junge Talente frühzeitig zu identifizieren und sie in unsere Arbeitsprozesse zu integrieren. Außerdem setzen wir auf die Zusammenarbeit mit Universitäten und Fachhochschulen, um den Nachwuchs für den Einkauf zu begeistern.

6. Was wärst Du geworden, wenn nicht Einkaufsleiter:in?

Welche alternative Karriere hätte auch noch zu Dir passen können?

Ich bin grundsätzlich im Bereich Supply Chain Operations zu Hause wozu natürlich auch der Einkauf gehört. Ich war immer breit interessiert und mir wurde öfter bescheinigt, dass an mir ein guter Vertriebler verloren gegangen ist und ich finde das Feld des internationalen Vertriebs hochtechnologischer Produkte unglaublich spannend.

7. Beim Procurement Summit 2023 waren über 30 junge und innovative Startups vertreten, die ihre Lösungen für den Einkauf vorgestellt haben. Setzt Ihr bereits solche Tools ein und wie funktioniert die Integration in Eure bestehende Systemlandschaft?

Wir sind offen für innovative Tools und Lösungen und prüfen ständig, wie wir diese in unsere Systemlandschaft integrieren können. Die Integration erfordert jedoch oft eine sorgfältige Planung und Anpassung unserer bestehenden Prozesse.

8. Zum Abschluss: Was sind Deine Dos and Don'ts für die nächsten 12 Monate?

Dos:

- Die Chancen der Abkühlung der Weltwirtschaft und die einhergehende Marktveränderung nutzen
- Kontinuierlich in die Weiterbildung und Entwicklung des Teams investieren
- Die Digitalisierung im Einkauf vorantreiben, um effizienter und datengetriebener zu arbeiten
- Nachhaltige Beschaffung fördern und Lieferantenbeziehungen stärken

Don'ts:

- Kurzfristige Kostensenkung auf Kosten der Qualität oder Nachhaltigkeit
- Neue Technologien ohne sorgfältige Evaluierung und Integration einführen
- Die Bedeutung von Teamarbeit und Kommunikation vernachlässigen.



Michael Schürmann

michael.schuermann@koerber.com

Einkaufsleiter

Körber AG

Tag 1

11:45 Procurement Transformation

MAIN STAGE

Was muss heute passieren, damit wir für morgen gewappnet sind? Digitale Tools, Services und Technologien sollen den Einkauf erleichtern und nach vorne bringen. Dabei muss auch die Harmonisierung der Prozesse bedacht werden. Diese Expert:innen-Runde bringt die vielen Einflussfaktoren auf die Entwicklungen zusammen und gibt Einblicke, wie sie sich für die Zukunft fit machen.

Franziska Dähne
Scout24

Maria Heller
Mars

Martin Koch
Implenia

Michael Schürmann
Körber

14:00 Procurement Champions League: Different Fields, One Ultimate Play

MAIN STAGE

Branchenübergreifende Navigation durch Innovationen, Herausforderungen und Erfolge der Procurement Transformation. Der disruptive Weg des paper-shuffling, excel-crunchenden Call Center Agents zum strategischen Partner, Digital Native und Wertbringer #1. Neue Rollen in einem permanent laufenden Kulturwandel zu einem agilen, reaktionsfähigen und zukunftssicherem Beschaffungswesen. Summary: Eine Synthese von Erkenntnissen, Best Practices und einer möglichen Zukunft der Procurement Transformation.

Alexander Pingert
RENK

17:30 People & Culture in Procurement

MAIN STAGE

Was macht ein gutes Team aus und wie fördert und fördert man Nachwuchstalente? Der Fachkräftemangel ist DAS Topthema in allen Branchen. Oder haben viele Unternehmen nur ein Problem mit ihrer Sichtbarkeit und ihrem Image auf dem Arbeitsmarkt? Wie gehen die Einkaufsleiter:innen damit um?

Jeanette Hübsch
Grünenthal

Miriam Tomforde
Haspa

Stephen Tonks
Fujikura Automotive Europe

Henrik Westkamp
Westdeutsche Lotterie

Christian Küfner
HAWA Hydraulik

17:00 Skalierendes Warengruppenmanagement in einer dezentralen Organisation

ZUGSPITZE

Ein effektives Category-Management gilt für erfolgreiche Einkaufsorganisationen als unverzichtbar. Je komplexer die Categories und größer die Organisation, desto schwieriger ist aber dessen Umsetzung. In dieser Key-Note lernst Du das komplexe Geschäftsmodell der Porsche-Holding kennen und wie man es geschafft hat, „Catman“ international in einer dezentralen Organisation nachhaltig zu implementieren. Du erfährst welche Herausforderungen auf dem Weg zu meistern waren und mit welchen digitalen Tools das Category-Management umgesetzt wurde.

Daniel Rass
Porsche Holding

Tag 2

10:30 Equal Leading in Procurement

MAIN STAGE

Führungsrolle in Teilzeit? Das geht! In vielen Unternehmen sind Führungsrollen immer noch selten weiblich besetzt. Ein Grund dafür sind oft die fehlende Vereinbarkeit von Vollzeitjob und Familie. Aber muss das wirklich so sein? In diesem Panel sprechen Einkaufsleiter:innen über ihre persönlichen Erfahrungen und zeigen, dass auch Jobsharing-Modelle wunderbar funktionieren können und welche Stellschrauben dafür gedreht werden müssen. Und darüber, welche weiteren Gründe es für eine geringe Frauenquote in der Führungsriege gibt.

Rahma Braham
Marquardt

Dr. Lena Eisenhut
HANSA-FLEX

Björn Frese
dormakaba

11:45 ESG - the triple win (if you let it)

MAIN STAGE

Why is Procurement so well positioned to drive social impact and what are the benefits for buyers, suppliers and society? This session puts the focus on the social part and answers the questions how to identify social enterprises and how to pitch it internally.

Jaime Paiva
Zurich Insurance

13:30 Growing strong - Startup Success Stories

MAIN STAGE

Seit mehreren Jahren zeigen wir junge Ideen und Innovationen auf dem Procurement Summit. Mittlerweile sind einige Ideen gar nicht mehr so jung und die Startups sind feste Größen geworden. Versteckt sich dahinter immer eine Bilderbuch Story oder war der ein oder andere Weg steiniger als gedacht?

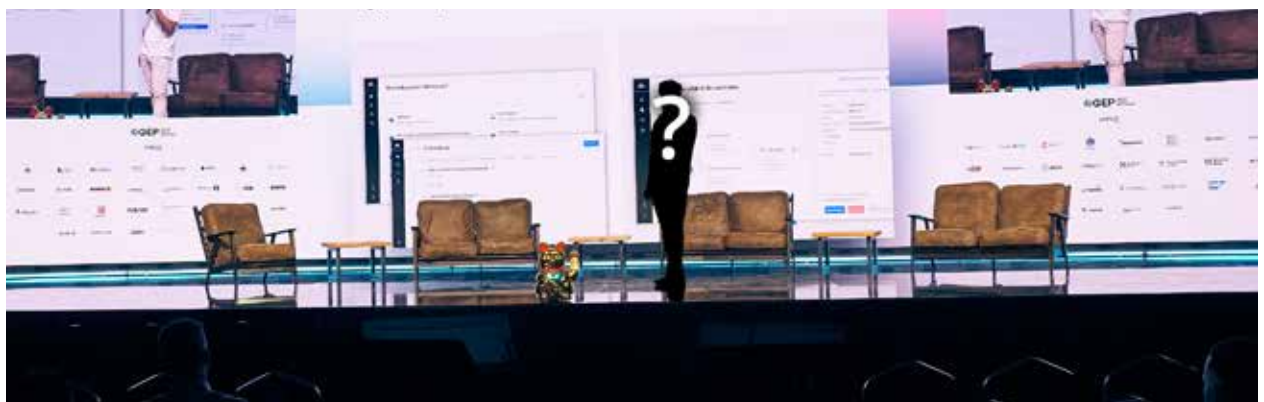
Bettina Fischer
Hivebuy

Fabian Heinrich
Mercanis

Sven Lackinger
Sastrify

Special Keynote - Überraschung

Bald verraten wir euch, wer dieses Jahr den krönenden Abschluss des zweiten Tages machen wird.



Procurement Summit

Photo Wall 2023



Von der Planung bis zur Nutzung: Der SaaS-Procurement-Prozess

von Sven Lackinger, Co-Founder & CEO bei Sastrify

Die fortschreitende Digitalisierung hat Firmen sämtlicher Branchen in den letzten Jahren in eine beispiellose Ära des Wandels katapultiert, aus der großartige Ergebnisse und Innovationen hervorgehen. Allerdings bringt dieser Wandel auch eine steigende Abhängigkeit von Softwarelösungen mit sich, wodurch die Kosten in Unternehmen kontinuierlich in die Höhe getrieben werden.

Die Unternehmenskosten für Software stiegen in den vergangenen Jahren laut einer Gartner-Studie jährlich um mehr als 10 Prozent - mit stetig wachsender Prognose für die nächsten Jahre. Gartner liefert außerdem spannende Zahlen zum gesamten Software-Markt.

Aktuell beläuft sich das Marktvolumen auf etwa 250 Milliarden US-Dollar und wird voraussichtlich bis 2029 auf über 900 Milliarden US-Dollar steigen. Angesichts der Vielzahl von Anwendungen und digitalen Lösungen kann es äußerst herausfordernd sein, den Überblick zu behalten.

Die Bewältigung dieses Software-Dschungels erweist sich als komplizierte, zeitintensive und kostspielige Aufgabe, besonders in einer Zeit, in der Kosteneffizienz höchste Priorität genießt. Die zentrale Frage lautet daher: Wie können moderne Unterneh-

men, die eine Vielzahl von Softwarelösungen einsetzen, ihre Beschaffungsprozesse gezielt und effizient digitalisieren?

Genau an dieser Stelle setzt Sastrify an. Sastrify unterstützt weltweit Hunderte von Unternehmen dabei, die besten Angebote für den Kauf und die Verlängerung ihrer Software-as-a-Service (SaaS)-Verträge zu finden. Nutzer profitieren dabei von Partnerschaften mit führenden SaaS-Anbietern wie etwa Asana, Salesforce oder Atlassian und einer ständig wachsenden Datenbank mit Preis-Benchmarks. Die Sastrify-Plattform ermöglicht es Procurement-, IT- und Finanz-Teams, nahtlos an einem zentralen Ort zusammenzuarbeiten und Beschaffungsprozesse im Unternehmen zu optimieren.

In diesem Artikel beantworten wir einige grundsätzliche Fragen zu SaaS-Procurement sowie zur Arbeit mit einer SaaS-Procurement-Plattform.

Wie funktioniert der SaaS-Procurement-Prozess?

Der SaaS-Procurement-Prozess ist in vier Phasen unterteilt:

Phase 1, Die Planung: Der Prozess startet mit der



Entwicklung strategischer Konzepte zur Erreichung der Unternehmensziele. Dies beinhaltet die Planung der Beschaffungsaktivitäten für Softwareverträge, die in der Regel im Abonnement als SaaS-Modell monatlich oder jährlich bezahlt werden.

Ein kritischer Schritt in dieser Phase besteht darin, spezifische Anforderungen zu identifizieren, die von der SaaS-Lösung erfüllt werden sollen. Ein umfassendes Verständnis der aktuellen Unternehmensprozesse, funktionellen Lücken sowie der Managementziele ist hierbei von großer Bedeutung.

Phase 2, Vom Sourcing zum Vertrag: In dieser Phase werden die Managementanforderungen konkretisiert und potenzielle Softwareanbieter auf dem Markt identifiziert. Dazu stehen verschiedene Methoden zur Verfügung, wie beispielsweise RFP (Request for Proposal), RFQ (Request for Quotation) oder RFI (Request for Information). Dies beinhaltet das Durchsehen einer Vielzahl von SaaS-Lösungen, einschließlich der Analyse von Kosten, Kundenbetreuung, wesentlichen Features sowie individuellen Faktoren. Das Ziel besteht darin, eine Lösung zu finden, die den Bedürfnissen und Zielen des Unternehmens am besten entspricht. Auch die kommerzi-

ellen Verhandlungen, die Vertragsausarbeitung und der abschließende Vertragsabschluss fallen in diese Phase.

Phase 3, Vertragsmanagement: Die dritte Phase beinhaltet das Empfangen der Leistung, die Verwaltung und Administration von Verträgen sowie die Pflege von Beziehungen mit Software-Anbietern. Nachdem eine geeignete SaaS-Lösung und ein Anbieter gefunden wurden, ist der nächste Schritt sicherzustellen, dass das SaaS-Tool ordnungsgemäß implementiert wird und die Beziehung mit dem Softwarehersteller gepflegt wird. Langfristig ist diese Phase entscheidend, um starke Beziehungen zu den Anbietern aufrechtzuerhalten und somit die optimale Leistung zum bestmöglichen Preis zu gewährleisten.

Phase 4, Bezahlung und Nutzung: Die letzte Phase umfasst die Abwicklung von Kaufanfragen und die Rechnungsstellung. Nachdem der Vertrag verhandelt, vereinbart und bezahlt wurde, kann die finale Nutzung beginnen. Dieser Teil des SaaS-Procurement-Prozesses umfasst die Einrichtung von Benutzerkonten, die sichere Datenübertragung und die Schulung des Personals in der ordnungsgemäßen Nutzung der neuen Software.

Über diese Kernphasen hinaus sollte der SaaS-Procurement-Prozess auch eine sorgfältige Serviceverwaltung umfassen. Die regelmäßige Überwachung von Datensicherungen, Benutzeraktivitäten und Systemleistung kann dazu beitragen, die Kontrolle über die IT-Infrastruktur aufrechtzuerhalten und mögliche Probleme frühzeitig zu erkennen. In diesem Zusammenhang sei ebenfalls auf die Bedeutung eines strategischen Lieferantenmanagements hingewiesen, welches zur effektiven Steuerung und Entwicklung von Lieferantenbeziehungen dient, um die Qualität, die Kosten, die Lieferzeiten und die Innovationsfähigkeit eines Lieferanten zu optimieren und die langfristige Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens sicherzustellen. Es ist insofern wichtig, da es Unternehmen ermöglicht, ihre Lieferantenbeziehungen zu optimieren, Risiken zu minimieren, Effizienzen zu steigern und den Zugang zu wichtigen Ressourcen und Innovationen sicherzustellen, was einen entscheidenden Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben kann.

Was sind übliche Fehler beim SaaS-Procurement-Prozess?

1. Zu schnell (oder zu langsam) entscheiden: Der SaaS-Procurement-Prozess ist ein empfindlicher Balanceakt zwischen Geschwindigkeit und Genauigkeit. Während ein zu langsames Vorgehen zu verpassten Chancen führen kann, kann Eile zu nachlässigen Fehlern führen. Unternehmen müssen einen optimalen Zeitplan für ihren SaaS-Procurement-Prozess festlegen, um sicherzustellen, dass er weder zu überhastet noch zu langwierig ist. Nuancen können hier entscheidend sein.
2. Unzureichende Alternativen: Ein effektiver SaaS-Procurement-Prozess beinhaltet das Vergleichen und Prüfen verschiedener Optionen. Dies sollte nicht vernachlässigt werden, da nur so Anbieter gefunden werden können, die eine optimale Mischung aus Kundenservice, günstiger Preisgestaltung und Funktionen bieten, die den spezifischen Anforderungen des Unternehmens entsprechen.

3. Annahme der Skalierbarkeit ohne Beweise: Es ist ein häufiger Fehler anzunehmen, dass eine ausgewählte SaaS-Lösung problemlos mit dem Wachstum des Unternehmens skalieren wird, ohne substanzielle Beweise oder Zusicherungen vom Anbieter zu verlangen. Daher sollte immer nach nachweisbaren Referenzen der Produkt-Skalierbarkeit mit anderen Kunden gefragt werden, um festzustellen, ob verschiedene Szenarien mit der Wachstumsperspektive des Unternehmens übereinstimmen.
4. Stakeholder aus dem Prozess ausschließen: Ein entscheidender, aber oft übersehener Aspekt eines erfolgreichen SaaS-Procurement-Prozesses ist die Einbeziehung von allen Hauptbeteiligten, insbesondere den Endbenutzern. Ihr Input und Feedback sind von unschätzbarem Wert bei der finalen Auswahl einer Lösung, die wirklich den Bedürfnissen des Unternehmens entspricht. Die Vernachlässigung dieses Schritts kann dazu führen, dass Software erworben wird, die von den Endbenutzern nicht vollständig akzeptiert und adaptiert wird.
5. Vernachlässigung von Schulung und Onboarding: Ein weiterer häufiger Fehler besteht darin, die Bedeutung von Schulungen und des Onboardings bei der Integration einer neuen SaaS-Lösung zu vernachlässigen. Ohne entsprechendes Verständnis und Vertrautheit mit dem Tool ist es wahrscheinlicher, dass die Benutzer es nicht effektiv nutzen, was zu einer geringeren Adaption und potenziellen monetären Verlusten führen kann. Daher ist sicherzustellen, dass der SaaS-Anbieter ausreichende Materialien und Ressourcen für Schulung und Einführung bereitstellt.

Was ist eine SaaS-Procurement-Plattform?

Eine SaaS-Procurement-Plattform oder eine SaaS-Management-Plattform ist ein Service, eine Plattform oder eine App, der Benutzern dabei hilft, SaaS-Verträge, Lizenzen, Verhandlungen, Vertragsverlängerungen und weitere Bestandteile des Procurement-Prozesses abteilungsübergreifend zu zen-

tralisieren und zu verwalten. In der Regel erfolgt ein kurzes Onboarding, das den einfachen Import von bestehenden Software-Verträgen auf die Plattform unterstützt sowie alle Beteiligten in die Benutzung der Plattform einführt. Die besten SaaS-Procurement-Plattformen helfen ihren Kunden dabei, während des Verhandlungsprozesses Zeit zu sparen, SaaS-Ausgaben effektiv und transparent zu verwalten sowie möglichst kostengünstige Verträge für Ihre Software-Investitionen zu sichern.

Was zeichnet Sastrify als SaaS-Procurement-Plattform aus?

Sastrify konnte sich in den vergangenen Jahren als führende SaaS-Procurement-Plattform in Europa etablieren und unterstützt bekannte Marken wie On Running, Babel oder Adidas Runtastic beim Einkauf und der Verwaltung ihrer Software-Verträge. Über die zentrale Plattform können sich Unternehmen, in Zusammenarbeit mit einem persönlichen Customer Success Manager sowie einem IT-Einkäufer im Hintergrund, schnell und einfach die besten Angebote bei der Verhandlung neuer Verträge sowie bei der Verlängerung von bestehenden SaaS-Abonnements sichern. Die volle Kontrolle und Transparenz über den Software-Stack, also das Portfolio von Softwareanwendungen im Unternehmen, ermöglicht es Procurement-Teams, maximal effizient zu arbeiten. Besuchen Sie www.sastrify.com und buchen Sie einen Discovery-Call, um selbst herauszufinden, wie Ihr Unternehmen von einer SaaS-Procurement-Plattform profitieren kann.



Sven Lackinger

Sven.Lackinger@sastrify.com

Sven Lackinger ist Co-Founder & CEO von Sastrify. Zuvor gründete er bereits das SaaS-Mobility-Startup evopark, das an die Scheidt & Bachmann Gruppe verkauft wurde. Er hält einen Abschluss der WHU - Otto Beisheim School of Management und arbeitete u.a. für Goldman Sachs und Bain & Company.

Resilienz in der Lieferkette:

von Christian Maassen, EcoVadis

In einer Welt, in der sich Risiken kontinuierlich intensivieren, wird die Resilienz der Lieferkette zunehmend zur Geschäftsresilienz. Dies verlangt nach einer robusten, vorausschauenden Strategie, die nicht nur Risiken identifiziert, sondern auch effektive Maßnahmen implementiert, um die Resilienz zu erhöhen.

Die Ereignisse der letzten Jahre haben gezeigt, wie fragil globale Lieferketten sind und wie unzureichend vielerorts das entsprechende Risikomanagement ist: Die Management-Systeme waren unvorbereitet auf die starken Schwankungen in der Verbrauchernachfrage während der Pandemie, was die prekäre Lage noch verschärfte. Diese beispiellosen Störungen breiteten sich rasch über die Pandemie hinaus aus, wobei geopolitische Spannungen und die dringende Notwendigkeit der Emissionsreduktion zusätzliche Komplexität hinzufügten. Gleichzeitig sehen sich Unternehmen mit neuen gesetzlichen Anforderungen wie dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz konfrontiert, die ihre Managementsysteme erneut auf die Probe stellen und einen Strategiewechsel unerlässlich machen.

Während Unternehmen durch diese sich wandelnde Landschaft navigieren, ist es essentiell, die kritischen Risikobereiche innerhalb ihrer Lieferketten zu identifizieren, welche in diesem „Permakrise“-Szenario intensiviert wurden, und robuste Strategien zu entwerfen, um diesen zu begegnen. Es geht hier nicht mehr um theoretische Risiken, sondern um konkrete Herausforderungen, denen die Unternehmen heute gegenüberstehen.

Risikotyp 1 - Schädigung des Markenrufs:

Moderne Sklaverei erreicht neue Höhen und zieht

berechtigt erhebliche Aufmerksamkeit von Öffentlichkeit und Stakeholdern auf sich. Bewaffnete Konflikte und Massmigration verschärfen die Risiken der Ausbeutung vulnerabler Bevölkerungen. Zudem, mit der steigenden Überprüfung der Nachhaltigkeitsbemühungen von Unternehmen und Vorwürfen des „Greenwashing“, entsteht ein neues Risiko des „Greenhushing“ – einer nicht offenen Kommunikation von Unternehmen über ihre Umweltziele aus Furcht vor öffentlicher Kritik. Der Corporate Human Rights Benchmark zeigt auf, dass nahezu die Hälfte der größten globalen Unternehmen es versäumt haben, Menschenrechts- und Umweltprobleme in ihren Wertschöpfungsketten zu identifizieren oder zu adressieren. Dies könnte teilweise darauf zurückzuführen sein, dass Risikomanagementprogramme oft „kritische“ oder „High-Spend“-Lieferante priorisieren, während die Reputation nicht unbedingt mit dem Ausgabenvolumen korreliert.

Risikotyp 2 - Unterbrechungen der Lieferkette:

Wie das Risk Barometer 2023 von Allianz aufzeigt, bleiben Unterbrechungen und Störungen der Lieferkette bedeutende Risiken für Unternehmen. Unzufriedene Mitarbeitende kündigen vermehrt, wenn die Arbeitsbedingungen nicht den Forderungen nach sicherer Arbeit und angemessenem Lohn entsprechen. Die Volatilität bei Material-, Energie- und Transportkosten betont die Wichtigkeit von umwelt-

Warum es jetzt einen Strategiewechsel braucht

freundlichen Maßnahmen, wie der Nutzung erneuerbarer Energien und Recycling. Zahlreiche Zulieferunternehmen schließen oder melden Insolvenz an, und diese Probleme intensivieren sich mit der aktuellen globalen Inflation.

Risikotyp 3 - Compliance-Verstöße und daraus resultierende Strafen:

Angesichts strenger werdender Vorschriften müssen Unternehmen höhere Compliance-Standards einhalten. Dies betrifft nicht nur die Umweltberichterstattung, sondern auch Arbeits- und Menschenrechte in der Lieferkette. Das Lieferkettengesetz und die zukünftige EU CSDDD sind Beispiele für eine legislative Entwicklung, die sich in den kommenden Jahren verstärken wird. Unternehmen müssen sicherstellen, dass Schlüssellieferanten diese Standards einhalten oder im Idealfall darüber hinausgehen, um Nachhaltigkeit zu fördern und Compliance zu erzielen.

Risikotyp 4 - Kosten-Volatilität:

Die Volatilität der Belegschaft und insbesondere der Energiekosten sind signifikante Risiken. Diese Risiken sind in vielen Kategorien omnipräsent und existieren auf mehreren Ebenen der Lieferkette. Eine unzureichende Vorbereitung kann zu Verfügbarkeitsproblemen und kostspieligen Schwankungen führen.

Resilienz der Lieferkette als Fundament der Geschäftsresilienz

Der Global Supply Chain Risk Report von WTT wirft ein aufschlussreiches Licht auf die Konsequenzen von Lieferkettenstörungen und die dringende Notwendigkeit des Aufbaus von Resilienz. Die Studie zeigt, dass nahezu zwei Drittel der befragten Unternehmen finanzielle Verluste erlitten haben. In einer Welt, in der sich Risiken kontinuierlich intensivieren, wird die Resilienz der Lieferkette zunehmend zur Geschäftsresilienz.

Der Globale Supply Chain Risikobericht von WTT bietet einen aufschlussreichen Blick auf die Auswirkungen von Störungen der Lieferkette und die dringende Notwendigkeit, Resilienz aufzubauen. Er zeigt, dass bei den über 800 befragten Unternehmen die Unterbrechungen einen erheblichen finanziellen Einfluss hatten, wobei fast zwei Drittel (65%) der Befragten höhere oder deutlich höhere Verluste als erwartet in den letzten zwei Jahren in ihren Lieferketten meldeten. Branchen mit komplexen logistischen Anforderungen, wie die Lebensmittel- und Getränkeindustrie (73%), die auf die rechtzeitige Lieferung verderblicher Waren angewiesen ist, und der Bereich der erneuerbaren Energien (74%), der sich mit dem Bau und Transport von großen und komplexen Objekten wie Windturbinen befasst, verzeichneten sogar noch größere Verluste.

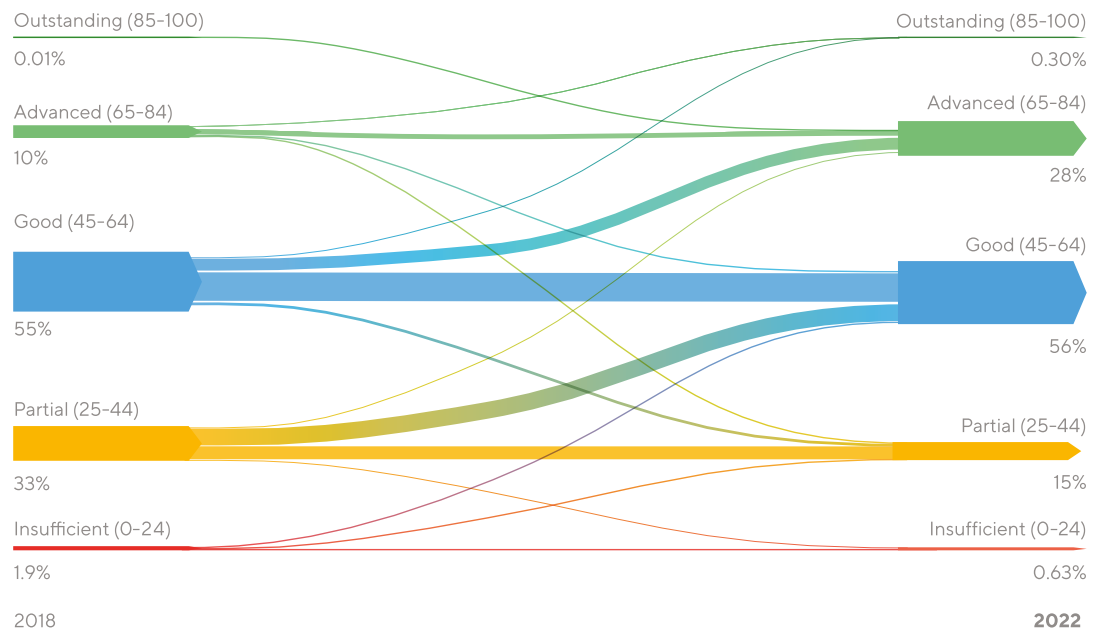
Unternehmen ergreifen Maßnahmen zur Verbesserung der Resilienz, 65% haben Verbesserungen vorgenommen und weitere 18% haben ihre Lieferketten als Reaktion auf die Pandemie vollständig umgestaltet. Darüber hinaus planen 58% im kommenden Jahr erhebliche Änderungen. Ein wichtiger Punkt hierbei ist die Betonung der Zusammenarbeit, 53% betrachten sie als eine der größten Möglichkeiten zur Verbesserung des Supply Chain Managements.

Das EcoVadis Sustainable Procurement Barometer 2021 unterstreicht die bedeutende Rolle der Nachhaltigkeit beim Aufbau resilienter Lieferketten. Bis zu 63% der Befragten auf Einkaufsseite und 71% der befragten Lieferanten gaben an, dass ihre Initiativen für nachhaltige Beschaffung entscheidend dazu beigetragen haben, die Herausforderungen der COVID-19-Pandemie zu bewältigen. In der Gruppe der Sustainable Procurement Leaders – einem Kreis von Unternehmen, die fortschrittliche Tools und Ansätze in ihren Nachhaltigkeitspraktiken einsetzen – stieg dieser Wert auf 81%.

Unterdessen zeigen Erkenntnisse aus der 7. Ausgabe des EcoVadis Business Sustainability Index Report, wie Unternehmen die Erkenntnisse der EcoVadis Plattform nutzen, um Risiken zu reduzieren und Resilienz in ihren Betrieben aufzubauen. Wenn man Nordamerika als Beispiel nimmt, waren 2018 fast die Hälfte aller bewerteten Unternehmen bei der Nachhaltigkeit auf einer teilweisen (25-44) Ebene oder darunter (basierend auf der Gesamtpunktzahl über alle ESG-Themen). Die untenstehende Grafik zeigt, wie durch mehrere Bewertungen über einen Zeitraum von fünf Jahren die Risiken gemindert wurden. 2022

sank der Anteil der Unternehmen auf der teilweisen Ebene auf 20%, und die Zahl auf der fortgeschrittenen Ebene hat sich verdreifacht.

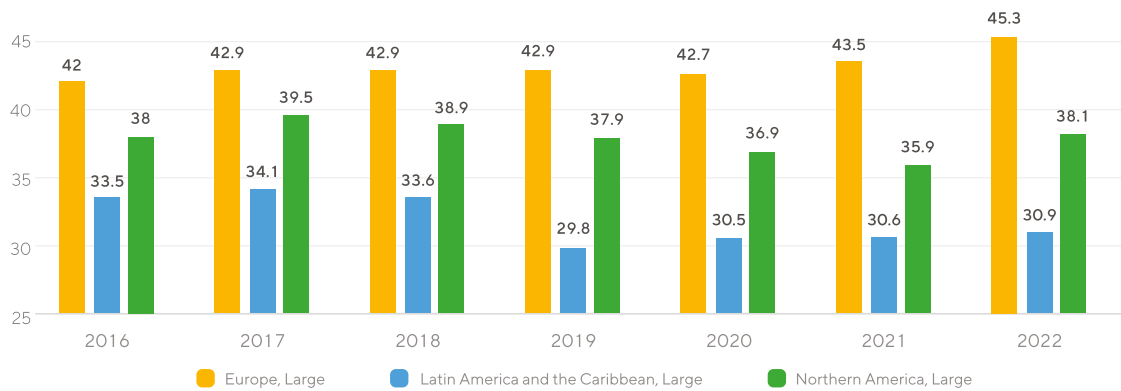
Dies zeigt, dass Unternehmen, die an diesem Bewertungs- und Verbesserungszyklus teilnehmen, Fortschritte bei der Risikominderung machen. Aber für diejenigen, die noch nicht teilnehmen, besteht nach wie vor ein hohes Risiko, wie der Anteil derjenigen zeigt, die 2018 bei ihren Erstbewertungen im Bereich „teilweise/mittleres Risiko“ (43%) oder „ungenügend/hohes Risiko“ (3%) lagen. Der Anteil der Unternehmen in diesen Risikobereichen ist in Regionen außerhalb Europas und Nordamerikas sogar noch höher.



Quelle: EcoVadis Business Sustainability Risk and Performance Index 7. Ausgabe

Zudem zeigt eine tiefere Betrachtung der Bewertungen zum Thema nachhaltige Beschaffung (SUP), dass fast drei Viertel (73%) der Einkaufsorganisationen in Nordamerika weiterhin im „Risikobereich“ verbleiben („ungenügende“ oder „teilweise“ Ebene des Managements). Betrachtet man spezifischer die SUP-Bewertungen für „große“ Unternehmen (über 1000 Mitarbeiter), bleiben sie trotz Umkehrung eines vierjährigen abnehmenden Trends 2022 weit mehr Risiken der Lieferkettennachhaltigkeit ausgesetzt – mit einem Durchschnittswert von 38 im Vergleich zu europäischen Kollegen, die 7 Punkte höher liegen bei 43.

Nachhaltige Beschaffung im regionalen Vergleich (Kategorie >1.000 Mitarbeitende)



Quelle: EcoVadis Business Sustainability Risk and Performance Index 7. Ausgabe

Neukalibrierung des Risikomanagements:

Ein Rahmen für Maßnahmen

Da Beschaffungs- und Supply-Chain-Führungskräfte eine neue Schwelle zum Aufbau von Resilienz und Risikobereitschaft überschreiten, ist klar, dass Anpassungen vorgenommen werden müssen, um diese Verstärkungsfaktoren zu adressieren. Unternehmen können nicht endlos „Lieferanten austauschen“ oder auf die zweite/dritte/vierte Quelle zurückgreifen, und es stellt sich in jedem Fall die Frage, wie zukünftige Risiken minimiert – und die Quellen mit dem größten Resilienzpotential ausgewählt und entwickelt werden können. Der beste Kurs besteht darin, systematische Ansätze zur Identifikation, Minderung und Berichterstattung über ESG-Themen in ihren Unternehmen und der Lieferkette zu entwickeln. Zur Ermittlung und Verbesserung benötigen Unternehmen insbesondere robuste und zuverlässige Daten, die ihnen eine Risikomanagementgrundlage und die Einbindung von Nachhaltigkeit in ihre Beschaffungsentscheidungen ermöglichen.

Unternehmen sind gefordert, schnell zu handeln, um die vielschichtigen und komplexen Risiken zu managen, die ihre Lieferketten bedrohen. Dies verlangt nach einer robusten, vorausschauenden Strategie, die nicht nur Risiken identifiziert, sondern auch effektive Maßnahmen implementiert, um die Resilienz zu erhöhen. In der heutigen „Permakrise“ wird eine resiliente Lieferkette zur Überlebensvoraussetzung für Unternehmen.



Christian Maassen

cmaassen@ecovadis.com

Christian Maassen ist „Nachhaltigkeitsenthusiast“ und sorgt bei den Kunden von EcoVadis für Klarheit und Sicherheit über die Nachhaltigkeit ihrer Lieferkette. Fokus legt er dabei auf mittelständische Unternehmen in ausgewählten Industrien im D-A-CH-Raum.

Supplier Relationship Management für die Zukunft gemacht

von Louisa Schäfer, Customer Experience Manager;
Achim Richarz und Sebastian Mengewein verantwortlich für Growth DACH
bei Kodiak Hub

Insbesondere die letzten Jahre haben gezeigt, dass Einkaufsteams einen starken Werkzeugkasten brauchen, um Chancen nutzen und Herausforderungen begegnen zu können. Kodiak Hub ermöglicht Unternehmen mittels einer modularen Supplier Relationship Management Lösung, effizient und nachhaltig an wichtigen Schrauben in der Lieferkette zu drehen.

Herausforderungen des globalen Einkaufs

In den weltweiten Versorgungsnetzen kommt es immer wieder zu erheblichen Unterbrechungen. Wir wissen, was ein COVID-19-Lockdown in China oder der Einmarsch Russlands in die Ukraine für Konsequenzen für Lieferketten mit sich bringen. Infolge dieser und vieler weiterer einschneidender Ereignisse haben Unternehmen weltweit Mühe, die richtigen Dinge zur richtigen Zeit und zum richtigen Preis zu finden, um ihre eigene Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten.

Gleichzeitig konzentrieren sich Kunden, Verbraucher und Gesetzgeber zunehmend darauf, ob Unternehmen nachhaltig und widerstandsfähig arbeiten. Die wachsende Besorgnis um den Klimawandel zwingt Unternehmen in der gesamten Lieferkette dazu, Ressourcennutzung zu optimieren, Ineffizienzen zu verringern und ihre Anpassungsfähigkeit an unerwartete Ereignisse zu erhöhen.

Die meisten Unternehmen haben es noch nicht geschafft, diese Fülle an Herausforderungen zu meistern. Den Einkaufsteams fehlen die erforderlichen Mittel, da ihr vorhandener Werkzeugkasten unzu-

länglich, analog und dezentral ist. Hier bietet ein digitales effizientes Lieferantenmanagement die zentrale Lösung zur Vereinfachung der Prozesse. Ein robustes Supplier Relationship Management (SRM) versetzt globale Einkaufsteams in die Lage, intelligenter zu beschaffen, nachhaltige Lieferantenbeziehungen zu fördern und sich einen Wettbewerbsvorteil zu sichern.

Kodiak Hub bietet eine modulare Suite von SRM-Lösungen, die Teams einfach kombinieren können, um Lieferantendaten zu erfassen, Risiken in der Lieferkette zu überwachen und zu verwalten, die Leistung von Lieferanten zu bewerten und zu verbessern und Innovationen zwischen Einkäufern und Lieferanten voranzutreiben.

Warum lohnt es sich, Leistung zu messen?

Ein praktisches Beispiel: Wenn wir joggen gehen, möchten wir die Natur genießen und uns bewegen. Dabei bleibt es oft nicht. Hinzu kommt das Interesse an verschiedenen Statistiken: Verbessere ich mein Tempo, welche Strecke lege ich genau zurück, wie



performen die anderen in meiner Laufgruppe – Details, die mithilfe einer App oder Smartwatch gesammelt und anschließend ausgewertet werden. Solche Ratings lassen sich in verschiedenen Bereichen unseres alltäglichen Lebens wiederfinden und geben uns Transparenz über Handlungen, Pläne und Verbesserungsmöglichkeiten.

Genau diese Transparenz fehlt Unternehmen im Einkauf. Im Rahmen des Lieferanten- und Lieferkettenmanagements verhilft die Leistungsbewertung dabei, 1) Mängel und verbesserungswürdige Bereiche zu ermitteln, 2) die Leistung der Lieferanten mit den Besten in der Branche zu vergleichen und 3) auf der Grundlage der Leistungsmessung erforderliche Maßnahmen zu ermitteln und zu formulieren.

kp(INSIGHT) - kein Plan oder Durchblick

Kein Plan bei der abendlichen Laufrunde zu haben, ist vollkommen in Ordnung und es ist jeder Person selbst überlassen, ob dazu eine Notwendigkeit besteht. Im Einkauf hingegen ist es essenziell, den Durchblick zu bewahren, um konkurrenzfähig zu bleiben und den betrieblichen Erfolg aufrechtzuer-

halten. Dafür eignet sich keine Laufapp, aber eine ausführliche Leistungsevaluierung und aussagekräftige Scorecards.

In der Leistungsbewertung geht es im Kern darum, sowohl Wertschätzung und Wachstum zu steigern als auch eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Auf der Grundlage der Ergebnisse kontinuierlicher Leistungsüberwachung können gemeinsam mit Lieferanten und Stakeholdern Maßnahmen ergriffen werden, um Korrektur- und Verbesserungsprojekte zu initiieren.

Das Modul kp(INSIGHT) in Kodiak Hub vereinfacht den Prozess der Erfassung, Visualisierung und Analyse von Daten, die für die Leistung gemäß unternehmensspezifischen KPIs (Key Performance Indicators) kennzeichnend sind. Es umfasst die Erfassung quantitativer und qualitativer Daten aus drei Quellen:

1. Evaluierung interner Stakeholder
2. Bestehende quantitative Leistungsdaten
3. Input der Lieferanten hinsichtlich des Leistungsfortschritts

Lieferketten-Durchblick dank Lieferanten-Scorecards

Eines der wichtigsten Werkzeuge für Transparenz in der Lieferkette und für die Leistungsbewertung sind Scorecards. Sie kommen in der Überwachung spezieller Zielsetzungen zum Einsatz. Ein wesentlicher Bestandteil von Scorecards sind Leistungsindikatoren (KPIs). Sie sind Maßstäbe für die Bewertung von Faktoren, die für den Erfolg einer Organisation entscheidend sind. In der Scorecard werden die KPIs durch Bildelemente einfach und übersichtlich dargestellt.

Erstellung aussagekräftiger Lieferanten-Scorecards

1. Aufbau einer guten Scorecard

Excel ist unser Freund und Helfer in vielen Situationen und diese Wertschätzung möchten wir gar nicht unter den Tisch kehren. Unternehmen haben sich jahrzehntelang auf Tabellen verlassen, um wichtige Informationen zum Lieferkettenmanagement zu erfassen. Diese Systeme sind für die komplexen und datenintensiven Lieferketten von heute jedoch oft unzureichend. Es ist essenziell, alle lieferantenbezogenen Informationen in einer Plattform zu konsolidieren, damit die Notwendigkeit der manuellen Dateneingabe und das Risiko von Fehlern entfällt. Durch die Zentralisierung aller Daten in einer Scorecard ist ein ganzheitlicher Blick auf die Lieferketten möglich, bei dem ihre Stärken, Schwächen, Engpässe und Probleme für alle Beteiligten sichtbar werden.

Die Vorteile einer Scorecard sind vielfältig. Dazu gehören unter anderem:

- Daten von Lieferanten auf einen Blick
- Bessere Compliance in der Lieferkette
- Übersichtliches Kategorienmanagement
- Operative Effizienz und Zusammenarbeit im Team
- Starke Grundlage für die Segmentierung und Klassifizierung von Lieferanten

2. Einführung einer Rating Methode

Warum eine Ratingmethode so wichtig ist? Fakt ist: Die Beschaffung ist komplex, außerdem steht fest: Bewertungen bieten Einfachheit. Deshalb ist es essenziell, Komplexität zu bündeln und eine einheitliche Bewertungsmethode zu entwickeln und im gan-

zen Unternehmen zu implementieren. Den Einstieg ebnet hier simple Bewertungskriterien, zum Beispiel eine Skala von 1 bis 5, die zu den individuellen Bedürfnissen passen.

3. Ausrichtung auf KPIs, Ziele und Zielvorgaben

Diese sind notwendig, um zu bestimmen, was eine festgelegte Bewertungsskala tatsächlich bedeutet – wofür steht die 1 und wofür steht die 5? Es ist nicht möglich, etwas zu managen, was nicht messbar ist. Die Information über den Gemütszustand eines Lieferanten ist eine interessante Information, aber schlichtweg nicht messbar. Deshalb müssen gewisse Leistungsindikatoren definiert werden. Beispielsweise:

- Welche Kriterien sollen in der Lieferantenbewertung gemessen werden (Leistungsindikatoren)?
- Was ist die gewünschte Leistung der Lieferanten (Zielsetzung)?
- Was ist die Mindest- und Höchstleistung, die akzeptiert wird (Akzeptanzkriterien)?

Ein 360°-KPI-Fokus schafft ausgewogene Lieferantenprofile.

4. Beziehungen pflegen und Erwartungen kommunizieren

Die Pflege enger Beziehungen zu Lieferanten ist von entscheidender Bedeutung. Im Kern geht es darum, Synergien zu finden, damit Unternehmen und Zulieferer enger zusammenarbeiten und nicht nur in den eigenen, sondern auch in den Geschäftserfolg des jeweils anderen investieren. Dabei ist es unerlässlich, Erwartungen nicht nur intern an eine Abteilung, sondern an alle relevanten Stakeholder und Lieferanten zu kommunizieren. Die Scorecard verschafft für alle Beteiligten einen Überblick über die verschiedenen Bereiche und zeigt unter anderem auf, wo Bedarf an Beziehungspflege und transparenter Kommunikation besteht.

5. Eine ganzheitliche Denkweise

Traditionellen Lieferantenmanagements mangelt es oft an Echtzeiteinblicken in die Lieferantenleistung, an Einhaltung von Vorschriften und an anderen wichtigen Kennzahlen. Eine Lieferanten-Scorecard mit weitreichender Datenerfassung löst

diese Herausforderung, indem sie umfassende und aktuelle Einblicke in die Aktivitäten der Lieferanten bietet. Fortschrittliche Berichts- und Analysefunktionen erlauben den Zugriff auf wichtige Leistungsindikatoren. Die Einhaltung der Vorschriften durch Lieferanten können verfolgt und Engpässe, Risiken oder Verbesserungspotenziale identifiziert werden.

Eine ganzheitliche Lieferanten-Scorecard sollte schlussendlich die folgenden Themenbereiche abdecken:

- Länder- & Geopolitische Risiken
- Nachhaltigkeit, Qualität und Lieferantenqualifizierung
- Finanzielle Bewertungen
- Medien-Monitoring
- Performance von Lieferanten
- Lieferantenstammdaten und Kategorisierungen
- Dokumentenmanagement



Sebastian Mengewein

sebastian.mengewein@kodiakhub.com

Sebastian Mengewein ist seit 13 Jahren im SaaS-Bereich tätig. Erfahrungen sammelte er dabei in Themen E-Commerce, Marketing und ERP in verschiedenen Positionen bei Hybris, SAP sowie Selligent. Bei Kodiak Hub ist er als Director Growth für die Entwicklung der DACH-Region mitverantwortlich.



Achim Richarz

achim.richarz@kodiakhub.com

Achim Richarz unterstützt seit mehr als 10 Jahren Unternehmen mit der Einführung von SRM-Systemen und der Weiterentwicklung von Compliance- und Risikomanagement. Hierbei hat er viele globale und mittelständische Unternehmen aus ganz Europa unterstützt.

KI-gestützte Datenplattformen - Die Zukunft des Einkaufs

Von Konstantin von Bueren, Procure Ai

Die Beschaffung ist ein Streben nach Effizienz und Kosteneinsparungen, und wir befinden uns heute an einer transformativen Schwelle, bei der die Leistung der künstlichen Intelligenz (KI) genutzt wird, um die Beschaffung auf die nächste Stufe bei dieser Suche nach besseren Geschäftspraktiken zu katapultieren. KI sollte jedoch nicht als Bedrohung angesehen werden; sie hat das Potenzial, die Fähigkeiten der Einkaufsexperten zu ergänzen, anstatt sie zu ersetzen. Dieser Ansatz, der als Augmented Procurement bezeichnet wird, verspricht, die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Beschaffungsprozesse verwalten, zu revolutionieren.

Wie KI die Beschaffung verbessern kann

Wenn wir an KI in der Beschaffung denken, stehen drei entscheidende Vorteile im Vordergrund: Kosteneinsparungen, Zeitersparnis und Prognosen. Diese Vorteile wirken sich nicht nur direkt auf die Beschaffung aus, sondern haben auch Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen.

1. Kosteneinsparungen

Kosteneinsparungen sind die Daseinsberechtigung des Beschaffungswesens, und KI-gestützte Intelligenzplattformen heben die Kosteneinsparungen auf ein neues Level. Durch die Analyse von Preisinformationen und die Erstellung von Prognosemodellen ermöglichen diese Plattformen Unternehmen, die Ausgaben für jede Bestellung zu senken. Die Auswirkungen beschränken sich nicht auf das Budget der Beschaffung, sondern erstrecken sich auf den Nettogewinn des gesamten Unternehmens.

2. Zeitersparnis

Zeit ist Geld, und KI kann viel davon einsparen. KI-gestützte Intelligenzplattformen können zeitaufwändige Aufgaben wie die Suche nach Lieferanten,

geringwertigere Kaufentscheidungen und sogar Verhandlungen übernehmen, so dass sich der Einkauf auf strategischere Aufgaben konzentrieren kann. Diese neu gewonnene Zeit kann in Aktivitäten investiert werden, die Innovation und Wachstum fördern.

3. Prognosen

Prognosen sind der Kompass, der Unternehmen durch die turbulente See des Geschäftslebens führt. KI-gestützte Intelligenzplattformen zeichnen sich durch die Erstellung von Prognosemodellen aus, die Unternehmen helfen, datengestützte strategische Entscheidungen zu treffen. Diese Modelle unterstützen nicht nur die Beschaffung, sondern liefern auch wertvolle Erkenntnisse für die gesamte strategische Planung.

Die Essenz der KI in der Intelligenz

Der Kern des Augmented Procurements ist die harmonische Koexistenz von Experten und künstlicher Intelligenz. Diese Systeme sind nicht dazu gedacht, Beschaffungsexperten zu ersetzen, sondern deren Fähigkeiten zu erweitern. Wie ein geschickter Assistent übernimmt KI die alltäglichen und sich wieder-



holenden Aufgaben, so dass sich die Fachleute auf die werthaltigen Tätigkeiten konzentrieren können.

Gleichgewicht zwischen Zusammenarbeit und Befähigung

Bei der KI im Beschaffungswesen dreht sich alles um Zusammenarbeit. KI-Plattformen arbeiten mit menschlichen Experten zusammen, lernen von deren Wissen und verfeinern ihre Fähigkeiten, so dass ein reibungsloser Übergang zum vollen KI-Potenzial gewährleistet ist. Das Augmented Procurement versorgt Fachleute mit wichtigen Daten und Erkenntnissen, während ihre Kreativität und Innovation erhalten bleiben. Es geht um ein Gleichgewicht zwischen Zusammenarbeit und Befähigung, nicht um vollständige Automatisierung.

Agieren, nicht Reagieren

Mit KI geht die Beschaffung von einer reaktiven zu einer proaktiven Haltung über. Anstatt nur auf Marktveränderungen zu reagieren, können Unternehmen Trends vorhersehen und präventiv handeln. Diese Verlagerung der Prognosefähigkeit im Beschaffungswesen kann einen tiefgreifenden Einfluss

auf die Wettbewerbsfähigkeit und Agilität eines Unternehmens haben.

Stärkung der Beschaffung durch Daten und Intelligenz

Das Thema Automatisierung wirft oft mehr Fragen als Antworten auf, aber Augmented Procurement hat das Potenzial, das zu ändern. Sie rationalisiert Prozesse, befreit Experten von Routine und wertet ihre Rolle auf. Augmented Procurement schlägt eine Brücke zwischen Daten und Maßnahmen und verwandelt Informationen in Strategien und kann diese auch ausführen. Intelligente Plattformen spielen eine zentrale Rolle, indem sie Daten in umsetzbare Erkenntnisse umwandeln und Fachleute in die Lage versetzen, datengestützte Entscheidungen zu treffen. Dieser Wandel unterstreicht, dass Daten allein nichts bewirken; es kommt darauf an, wie wir sie nutzen.

Der Schlüssel zum Erfolg von Augmented Procurement sind Daten und Informationen. Diese Systeme führen Daten aus verschiedenen Quellen zusammen und schaffen so eine Grundlage für fortschrittliche Analysen und Automatisierung. Die Fülle der Daten

hat direkten Einfluss auf die Tiefe der Erkenntnisse. Dieser Kreislauf verbessert die erweiterte Beschaffung und unterstreicht die Bedeutung von Datenqualität und -vielfalt für die Effizienz des Systems.

Augmented Procurement ermöglicht es Fachleuten, ihr Fachwissen einzusetzen und gleichzeitig die Möglichkeiten der KI zu nutzen.

Es geht darum, die menschlichen Fähigkeiten zu erweitern und sie in der sich entwickelnden Einkaufswelt relevanter als je zuvor zu machen.

Der Einsatz von KI-gestützten Intelligenzplattformen ist in der Beschaffung nicht mehr nur eine Option, sondern eine Notwendigkeit. Die Vorteile gehen über Kosteneinsparungen und Effizienz hinaus und umfassen auch die strategische Prognose. Augmented Procurement ermöglicht es Fachleuten, ihr Fachwissen einzusetzen und gleichzeitig die Möglichkeiten der KI zu nutzen. Es geht darum, die menschlichen Fähigkeiten zu erweitern und sie in der sich entwickelnden Beschaffungslandschaft relevanter als je zuvor zu machen.

Entscheidend für die erfolgreiche Einführung einer Augmented Procurement Plattform ist die nahtlose Integration von Daten aus wichtigen Quellen wie dem ERP-System (z. B. SAP, Oracle) und dem eProcurement-System (z. B. SAP Ariba, Coupa, Ivalua). Diese Systeme sind zwar von grundlegender Bedeutung, aber die Integration zusätzlicher Datenbanken, sei es für die Risikobewertung, die Preisgestaltung von Rohstoffen oder öffentliche Unternehmensinformationen, kann den Mehrwert der Augmented Procurement Plattform weiter steigern.

Durch das Mapping dieser Daten zu einem einheitlichen, beschaffungsspezifischen Modell kann eine Augmented Procurement Plattform out-of-the-box Insights und Analysen liefern, umsetzbare Strategi-

en für Kosteneinsparungen vorschlagen und rechtzeitige Warnungen über Risiken in der Lieferantendatenbank anbieten, insbesondere wenn sie mit speziellen Risikodatenbanken verbunden ist. Darüber hinaus

können Unternehmen bestimmte manuelle Prozesse automatisieren (z.B. Automatisierung des Long-Tails), so dass sich der Einkauf auf werthaltige Aufgaben konzentrieren kann. Bemerkenswerterweise verläuft die Einführung einer solchen Plattform schnell, oft innerhalb von 2 bis 3 Monaten, und verspricht einen

positiven ROI innerhalb eines Jahres. Dieser rationale Ansatz unterstreicht, dass es meistens nicht viel Zusätzliches benötigt, um eine KI-gestützte Intelligenzplattform im Einkauf einzuführen.

Wenn Sie sich für das Potenzial von Augmented Procurement interessieren und herausfinden möchten, wie es für Ihr Unternehmen funktionieren kann, laden wir Sie ein, mit uns bei Procure Ai in Kontakt zu treten. Wir sind hier, um die Lücke zwischen Ihren Beschaffungsbedürfnissen und der Zukunft der intelligent gesteuerten Beschaffung zu schließen.



Konstantin von Bueren

konstantin@procure.ai

Konstantin von Bueren ist Mitgründer und Geschäftsführer von Procure Ai. Procure Ai's Augmented Procurement Plattform begleitet Einkäufer:Innen im Beschaffungsprozess, unterstützt proaktiv bei der Entscheidungsfindung und automatisiert Prozessabläufe. Seit mehreren Jahren beschäftigt sich Konstantin mit der Frage, wie Advanced Analytics und insbesondere angewandte KI sich positiv auf den Einkauf auswirken können.

Konstantin hat am MIT (Massachusetts Institut of Technology), der London Business School und der WHU - Otto Beisheim School of Management studiert und Erfahrungen bei McKinsey & Company und Via Transportation gesammelt.

Procurement Update

Impressum

Herausgeber:
Procurement Summit GmbH
Papenstraße 33e
22089 Hamburg
Deutschland

Auflage 3.000 Stück

Verantwortlich im Sinne des Presserechts
Thomas Promny

*Anfragen für Gastartikel und Werbeanzeigen
bitte an die Redaktion:*

Paulina Krösche
paulina.kroesche@procurementsummit.de
+49 (40) 537 99 11 37

*Bei Fragen zu Paketen für Ausstellende und
Sponsoren wende Dich bitte an:*

Sebastian Sachs
Sebastian.Sachs@ProcurementSummit.de
+49 171 83 97 371

Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung der Procurement Summit GmbH vervielfältigt oder verbreitet werden.



NUTZEN SIE UNSER NETZWERK UND PROFITIEREN SIE VON DEN VIELFÄLTIGEN VORTEILEN!

#Einkauf #Aussenhandel Networking und Know-How:

Bei procure.ch Mitglied zu sein, lohnt sich für Sie persönlich und für Ihr Unternehmen: Sie erhalten einzigartige Networking-Möglichkeiten, nützliche Services, aktuelle Fachinformationen und praxisnahe Bildungsangebote. Im Verband treffen Sie auf 8000 Fach- und Führungskräfte aus Einkauf und Supply Management, die in Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Grössen tätig sind, auch die öffentliche Hand ist vertreten.

Networking- und Know-how- Events

[mehr als 10 Tagungen im Jahr](#)

[7 Verbandsregionen](#)

[über 70 regionale Events](#)

[rund 2000 Teilnehmende](#)

Service-Leistungen

[PROCURE SWISS MAGAZIN
Print und E-Paper](#)

[Jobbörse
Kompetente Fachkräfte finden](#)

[Einkaufsmanagerindex PMI
Konjunkturprognose](#)

[Markenartikel
zu exklusiven Vorzugspreisen](#)

[Rabatt auf Zeitschriftenabos](#)

[Vergünstigtes Abo bei getAbstract](#)

[Beratung Sourcing in China und Osteuropa](#)

[Export und Import
Beratung und Checklisten](#)

[Recht im Einkauf
Beratung und Vorlagen](#)



JETZT MITGLIED WERDEN

» procure.ch/mitgliedschaft

