

Shaping the Future of Procurement

Einkauf der Zukunft | Procurement 2030
Thesen, Ideen und Lösungsansätze

Vorstellung Speaker:innen



Simone Kollmann-Göbels
Senior Vice President
STRÖER

STRÖER



Nils Honerla
Geschäftsführer
Burda Procurement GmbH

Procurement
by Burda

Vorstellung STRÖER und Burda Procurement

- 1,9 Mrd. EUR Umsatz
- 11.500 Mitarbeiter:innen
- Medienkonzern mit Segmenten ooH Media, Digital & Dialog Marketing sowie DAAS & E-Commerce

- Einkauf & Immobilien
- Beschaffungsvolumen 3-stelliger Mio. EUR Betrag
- Trennung von indirektem und direktem Einkauf
- 32 Mitarbeiter:innen

STRÖER

Hubert Burda Media

- ~3 Mrd. EUR Umsatz
- 10.500 Mitarbeiter:innen
- Media & Tech Company

Burda Procurement GmbH

- Indirekter & Direkter Einkauf (ohne Handelsware)
- Beschaffungsvolumen ½ Mrd. EUR
- 25 Mitarbeiter:innen an zwei Standorten

Procurement
by Burda

Unsere Leitfragen

- Wie sieht der Einkauf 2030 aus?
- Welche Weichen können und müssen wir bereits heute stellen, um als Einkaufsfunktion in Zukunft relevant(er) zu sein?
- Wie schafft es der Einkauf seinen ‚Platz am Tisch‘ zu behalten oder zu bekommen?

Thesen für den Einkauf 2030

Simone

„Ich bin davon überzeugt, dass es den operativen Einkauf im Jahr 2030 nicht mehr geben wird. Manuelle Bestellvorgänge werden der Vergangenheit angehören. Die KI wird bei Beschaffungsvorgängen die Lieferantenanfrage und Verhandlung sowie die Kommunikation mit dem Fachbereich automatisieren und übernehmen. Die frei werdenden Ressourcen können effizienter genutzt werden. Im Jahr 2030 wird es absoluter Standard sein, dass jeder Einkäufer einen hochkompetenten, digitalen KI-Assistenten als Teammitglied hat, der das Tagesgeschäft autonom abwickelt und so Raum für strategische Entscheidungen schafft.“

Nils

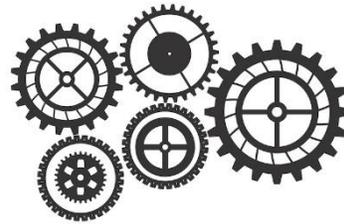
„Ich bin davon überzeugt, dass der eigentliche Beschaffungsprozess und die Vergabeentscheidung in Zukunft dezentral stattfinden werden. Der Bedarfsträger wird direkt mit der KI interagieren und die für sich optimale Entscheidung treffen. Durch zunehmend transparente Lieferketten und Märkte kann er das auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten sicher tun. Der (verbleibende) zentrale Einkauf baut und überwacht ein System an Wertschöpfungspartnern, schafft so die Grundlage für dezentrale Entscheidungen und organisiert in enger Abstimmung mit den Stakeholdern im Konzern ein System, das im Einklang mit den Unternehmenszielen steht.“

Schwerpunkte

People



Operating Model



Technology



People

- **Arbeitskraftwandel:** Mit dem demografischen Wandel und dem Ausscheiden der Baby-Boomer muss der Einkauf neue Wege gehen, um mit weniger Personal effektiv zu bleiben.
- **Sparring Partner:** Jeder Einkäufer erhält einen digitalen Partner zur Seite, der hilft, die besten Entscheidungen zu treffen. Aber auch Sparring Partner für Fachbereich I Weg nur vom Verhandeln.
- **KI als Teammitglied:** Jeder Einkäufer arbeitet eng mit einer spezialisierten KI für maßgeschneiderte Lösungen zusammen.
- **Verschiebung der Arbeitsrollen:** Menschliche Einkäufer konzentrieren sich auf die kreative Strategie und interpersonelle Beziehungen, während KI die Analyse und das operative Geschäft übernimmt. E2E Prozessverständnis wird elementar zur Komplexitäts-Entflechtung und Fokus Kostenmanagement.
- **Ethik und Überwachung:** Entwicklung neuer beruflicher Rollen zur Überwachung der ethischen Implikationen und Entscheidungen der KI im Einkauf.
- **Ausbildung und Weiterbildung:** Schulung des Einkaufspersonals in den Grundlagen der KI und fortgeschrittenen Technologien, General Management Ausbildungen I Verständnis Projektmanagement.
- **Kompetenzentwicklung:** Fortbildungen im Umgang mit KI-Technologien werden zur Pflicht, um im zukünftigen Jobmarkt wettbewerbsfähig zu bleiben I Procurement of Excellence I Digitalisierungsverständnis sowie KI.
- **Verbesserung des Images des gesamten Einkaufs.**

Operating Model

- **Verankerung im Einkaufsteam:** Data Hub Team | KI-Spezialisten | Procurement Excellence | ESG & Regulatorik.
- **Aufbau von KI-Kompetenzen:** Entwicklung eines internen Teams aus Datenwissenschaftlern und KI-Spezialisten, die eng mit dem Einkauf zusammenarbeiten, um spezifische KI-Lösungen zu entwickeln (intern oder extern).
- **Fokus** auf Kernkompetenzen und Komplexitätsentflechtung, Outsourcing von unterkritischen Warengruppen.
- **Fokus auf relevante Beschaffungen:** Durch die zunehmende Automatisierung des operativen Einkaufs (**Ziel:** Bis 50.000 €) können sich unsere Spend Manager auf die profitablen und relevanten Einkaufsprojekte konzentrieren.
- **Autonome Ausführung von Routinetätigkeiten:** Viele der heutigen Routinetätigkeiten, deren Automatisierung sich insb. in kleinen Einkaufsteams bisher oft nicht gelohnt hat, werden zukünftig profitabel durch KI-Assistenten übernommen werden.
- **Self-Service durch KI:** Bedarfsträger erleben echten Self-Service, begleitet durch KI, der sie erfolgreich durch den gesamten Beschaffungsprozess führt.
- **Change-Management:** Dringlichkeit erzeugen | ein starkes Team versammeln | Vision & Strategie | ...
- **Erfolge durch KI:** Präsentation konkreter Erfolge von KI-Projekten, die Kosten senken und die Beschaffungseffizienz steigern.

Statt (operativer) **Projektentwickler** zu sein baut und überwacht der Einkauf das richtige „**Spielsystem**“.

Technology

- **Der KI-Einkaufsassistent:**
 - Autonome Abwicklung von Routinebeschaffungen (**Ziel:** Bis 50.000 €).
 - Begleitung des Einkäufers in allen Beschaffungsvorgängen (Intake-Management, Bedarfsspezifikation, Recherche, Erstellen von RfX-Unterlagen, Angebotsvergleich, Verhandlungsvorbereitung, Vertragserstellung und -management).
- **Nutzung unstrukturierter Daten:** Analog zum 'iPhone-Moment' wird generative KI unsere Arbeitsweise radikal verändern; Generative KI ermöglicht die Verarbeitung und Nutzung bisher unzugänglicher Datenquellen wie E-Mails, PDFs und Verträge.
- **Autonome Entscheidungsfindung:** KI-Systeme treffen eigenständige Einkaufsentscheidungen basierend auf Echtzeit-Marktanalysen und internen Daten, ohne menschliche Eingriffe.
- **Selbstverbessernde Systeme:** KI lernt kontinuierlich dazu und optimiert sich selbst, um die strategischen und operativen Ziele des Unternehmens besser zu unterstützen.
- **Technologieinvestition:** Investieren in KI und maschinelles Lernen, um die Verarbeitung unstrukturierter Daten zu ermöglichen und Vorhersagefähigkeiten zu entwickeln.

Der kurzfristige Impact von KI auf den Einkauf wird überschätzt, während der langfristige Effekt unterschätzt wird.

Q&A

Q&A



LinkedIn Kontaktdaten



Simone Kollmann-Göbels
Senior Vice President
STRÖER

STRÖER



Nils Honerla
Geschäftsführer
Burda Procurement GmbH

Procurement
by Burda