



Einkaufsbarometer Mittelstand 2022

Nachhaltige Beschaffung und Lieferketten

Onventis GmbH in Kooperation mit



Unterstützt durch



Herausgeber

Im Zeitraum von April bis Mai 2022 untersuchte der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) in Zusammenarbeit mit der ESB Business School und Onventis das Spannungsfeld zwischen Digitalisierungsaktivitäten und der langfristigen Stabilisierung von Lieferketten in Einkaufsorganisationen der DACH-Region. Die Ergebnisse sollen Einkaufsverantwortliche dabei unterstützen, den B2B-Einkauf zukunftsfit zu machen.



Onventis

Onventis ist seit 2000 ein Cloud-Pionier für die digitale Transformation von Einkaufs- und Finanzprozessen. Die Cloud Software Onventis Buyer ist ein All-in-One-Beschaffungssystem, das Unternehmen bei allen Beschaffungsvorgängen unterstützt, um Kontrolle über die Finanzlage, Prozesseffizienz und Kosteneinsparungen unter Einhaltung von Unternehmensrichtlinien und Gesetzen zu erzielen. Onventis Buyer optimiert und automatisiert alle Prozesse von der Beschaffungsquelle bis zur Bezahlung, einschließlich der Zusammenarbeit mit Lieferanten im Netzwerk. Das Onventis Netzwerk verbindet Geschäftsprozesse von Einkäufern und Lieferanten – einfach und sicher. Weltweit wickeln über 1.000 Unternehmen mit ca. 450.000 Anwendern im Onventis-Netzwerk ein jährliches Beschaffungsvolumen von über 10 Milliarden Euro mit mehr als 50.000 Lieferanten ab. | onventis.de



ESB Business School

Die ESB-Business School ist Teil der Hochschule Reutlingen – eine der führenden Bildungseinrichtungen für internationale und unternehmensnahe akademische Ausbildung. Dort lernen mehr als 5.500 Studierende an fünf Fakultäten: Angewandte Chemie, ESB Business School, Informatik, Technik, Textil & Design. Als eine der ersten Fakultäten in Deutschland hat die ESB vor über 30 Jahren internationale Doppelabschlüsse eingeführt und setzt seither Maßstäbe in der Aus- und Weiterbildung von jungen Führungskräften. Der Leiter dieser Studie, Herr Prof. Dr. Rainer Kämpf, ist seit 1996 Dozent für Produktionsmanagement und Internationale Logistik an der ESB Business School. | esb-business-school.de



BME

Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) ist der Fachverband für Einkäufer, Supply Chain Manager und Logistiker in Deutschland und Kontinentaleuropa. Das Volumen der von den aktuell 9.750 Mitgliedern eingekauften Waren und Dienstleistungen beträgt jährlich rund 1,25 Billionen Euro. Rund 1.000 Veranstaltungen werden jedes Jahr im In- und Ausland vom Verband und seinen Tochtergesellschaften ausgerichtet. Die Palette reicht von zertifizierten Lehrgängen, Seminaren und Managementforen bis hin zu großen Kongressen. Außerdem hilft der BME bei der Erschließung neuer Märkte und gestaltet wirtschaftliche Prozesse und globale Entwicklungen mit. | bme.de

Wo steht der Mittelstand bei der Digitalisierung von Beschaffungsprozessen?

Was sind die aktuellen Trends und Treiber im Einkauf?

Wie setzt der Mittelstand Nachhaltigkeitsziele im Einkauf und in den Lieferketten um?

Vorwort

Nachhaltiger Einkauf: Chancen erkennen, Möglichkeiten nutzen

Die Herausforderungen, die Unternehmen aktuell umtreiben, sind vielseitig: Die Folgen der COVID19-Pandemie von Versorgungsengpässen über Lieferverzögerungen bis hin zum erhöhten Kostendruck, der Klimawandel, die soziale Verantwortung sowie der steigende Druck der Gesellschaft oder gesetzliche Regularien. Im Zentrum dessen steht der Einkauf, der maßgeblich daran beteiligt ist, die Lieferketten nachhaltig und resilient aufzubauen. Damit kommt Beschaffungsteams eine Schlüsselrolle zu. Sie sind Treiber für den Gesamterfolg und die Wettbewerbsfähigkeit für Unternehmen. Wichtigster Grundbaustein hierfür ist nach wie vor die digitale Transformation von Beschaffungsprozessen. Diese versetzt den Einkauf in die Lage, Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen, die Resilienz sowie das Risikomanagement zu verbessern und gesetzlichen Regularien Folge zu leisten.

Schon in den Vorjahresstudien wurde die Dringlichkeit rund um das Thema Digitalisierung deutlich: Der Einkauf im Mittelstand machte in den letzten Jahren bei der Digitalisierung wenig Fortschritte. Im Ergebnis hinken auch Anschlussprojekte zur Nachhaltigkeit, Resilienz der Supply Chain oder zur Umsetzung des Lieferkettengesetzes hinterher. Dabei bieten sowohl Digitalisierung als auch Sustainability erhebliche Vorteile. Einkaufsabteilungen müssen die Chancen, die in Digitalisierung und Nachhaltigkeit liegen, erkennen und deren Möglichkeiten ausschöpfen. Denn Nachhaltigkeit bedeutet mehr als dem Lieferkettengesetz zu folgen. Nachhaltiges Handeln heißt, unternehmerische Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu übernehmen, die gleichzeitig auf den Gesamtunternehmenserfolg einzahlt. Der Einkauf kann hier zum aktiven Gestalter werden. Denn wirtschaftlicher Erfolg und Nachhaltigkeit müssen kein Widerspruch sein, sondern können Treiber für eine sozial gerechtere und grünere Zukunft sein.

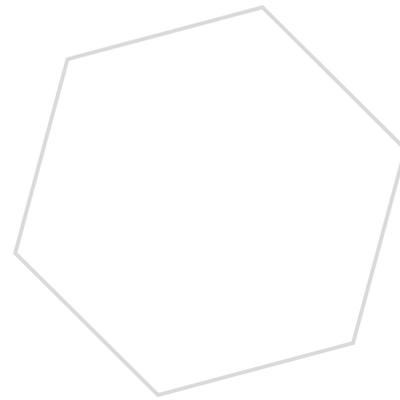
Bereits zum vierten Mal baten Onventis, der BME und die ESB Business School mittelständische Unternehmen um eine Einschätzung zum Status quo im Einkauf. Die Beschaffungsstudie stellt den digitalen Fortschritt in Beschaffungsorganisationen in der gesamten DACH-Region auf den Prüfstand. Zusätzlich wird dieses Jahr untersucht, welche Maßnahmen der Einkauf zur Umsetzung von Nachhaltigkeit und Stabilisierung der Lieferketten ergriffen hat. An der Umfrage, die von April bis Mai 2022 durchgeführt wurde, beteiligten sich insgesamt 245 Einkaufsverantwortliche. Der erste Teil der Erhebung beschäftigt sich mit dem Digitalisierungsgrad von Beschaffungsprozessen sowie den Trends und Treibern im direkten Jahresvergleich. Im zweiten Teil folgt die Analyse zum Umgang mit Nachhaltigkeitszielen und dem Lieferkettengesetz.

So viel vorab: Digitalisierung kann dem Einkauf den dringend benötigten Nachhaltigkeits-Boost verleihen. Trotzdem wird weiterhin zu wenig und nicht konsequent genug digitalisiert. Lassen Sie uns die aktuellen Erkenntnisse als Appell sehen, Digitalisierung und Nachhaltigkeit zusammenzudenken und ins Handeln zu kommen. Fangen wir an!



Prof. Dr. Rainer Kämpf

Inhaltsverzeichnis



Management Summary	5
Teilnehmeranalyse	6
Das verstehen wir unter „Mittelstand“	8
Digitalisierungs- und Trendradar: Wo steht der Einkauf?	9
Einkaufsstrategien sind größenabhängig	10
Wackliges Datenfundament für digitale Einkaufsprozesse	11
Digitalisierung im operativen Bereich fällt zurück	12
Beschaffungsprozesse mit dem größtem Digitalisierungspotenzial	13
Prozesseffizienz im Mittelstand: Das ist der Status Quo	14
Diese Digitalthemen treiben Einkäufer an	15
Die Beschaffung zukunftssicher ausrichten	16
Aktuelle Markttrends: CSR ist das Topthema des Einkaufs	17
Das verspricht sich der Einkauf von Künstlicher Intelligenz	18
Ganzheitliche Einkaufslösung im Mittelstand: Einsatz und Vorteile	19
Nachhaltiger Einkauf: Zwischen Anspruch und Realität	21
Angepasstes Risikomanagement für resiliente Lieferketten	22
Endspurt: Wie gut ist der Einkauf auf das Lieferkettengesetz vorbereitet?	23
Die größten Pain-Points in Nachhaltigkeitsbemühungen	24
Die wichtigsten ISO-Normen zur Auswahl von Lieferanten	25
Beschaffungsseitige Maßnahmen für nachhaltige Lieferketten	26
Nachhaltiges Handeln: Das treibt den Einkauf an	27
Digitale Agenda: Wo besteht Bedarf und in was wird investiert?	28
Fazit	32



Management Summary

5 grundlegende Tendenzen werden deutlich:

- Trends rund um Corporate Social Responsibility (CSR) – darunter Nachhaltigkeitsmaßnahmen, Klimaziele und das Lieferkettengesetz – sind das Top-Thema im Einkauf.
- Knapp drei Viertel der mittelständischen Großunternehmen und fast alle KMUs haben keine durchgängige Source-to-Pay-Lösung im Einsatz.
- Die meisten Anpassungen im Risikomanagement von Einkauf und Supply Chain gibt es im Bereich Supplier Management.
- Die fehlende Messbarkeit von Umweltmaßnahmen ist der größte Pain-Point für den mittelständischen Einkauf.
- Externe Faktoren haben den größten Einfluss auf die Umsetzung von Nachhaltigkeit in Beschaffungsorganisationen.

Im vierten Jahr in Folge zeigt sich im aktuellen Einkaufsbarometer, dass die Digitalisierung im Einkauf weiterhin hinter den Erwartungen zurückbleibt. Im Gegensatz dazu wachsen die Anforderungen an den Einkauf gegenüber Menschen, Gesellschaft und Umwelt. Hierdurch wächst auch der Handlungsdruck bei der Digitalisierung von Beschaffungsprozessen als notwendige Voraussetzung zum Aufbau nachhaltig funktionierender Lieferketten. Dennoch fehlt es in erster Linie an definierten Budgets und an Geschwindigkeit bei der Implementierung von digitalen Lösungen, die Nachhaltigkeitsaktivitäten im Einkauf überhaupt ermöglichen.



Ohne Digitalisierung keine Nachhaltigkeit. Erst, wenn die Automatisierung wiederkehrender Beschaffungsaufgaben gegeben ist, können darauf aufbauend Nachhaltigkeitsziele in der Lieferkette verankert und umgesetzt werden.

BME Einkaufsbarometer Mittelstand 2021

Teilnehmeranalyse

Die Fragen wurden von Onventis in Zusammenarbeit mit der ESB Business School entwickelt. Im Vorfeld fand eine Feldstudie mit ausgewählten Unternehmen aus der DACH-Region statt. Die Befragung dauerte von April bis Mai 2022.



61 %
 aller Befragten sind strategische Entscheidungsträger

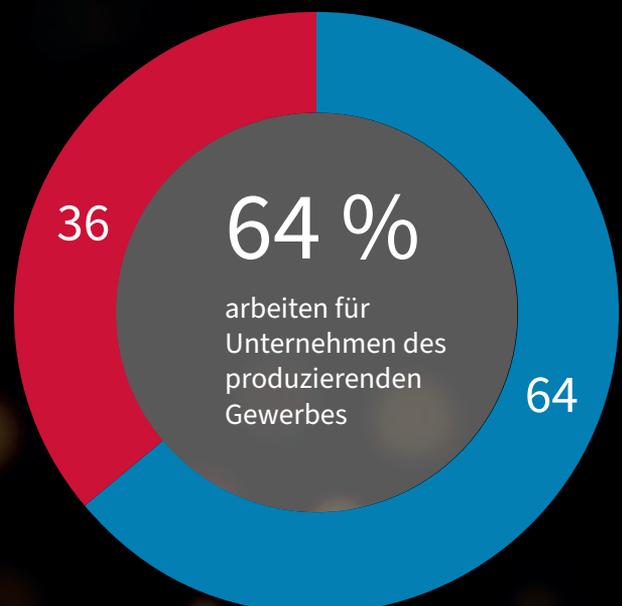
- Einkaufsleiter
 - CPO
 - Teamleiter im
 - Geschäftsführer
 - Einkäufer
 - Warengruppenmanager
 - Sonstige
- *alle Angaben in %

Was ist Ihre Funktion im Einkauf?

Mit 44% bilden Einkaufsleiter die größte Gruppe unter den Befragten. Insgesamt nahmen 61% strategische Entscheidungsträger an der Befragung teil. Zu ihnen gehören neben den Einkaufsleitern die CPOs, Geschäftsführer und Teamleiter der Unternehmen. Funktionen wie Einkäufer oder Warengruppenmanager bilden den numerisch geringeren Anteil.

Zu welcher Branche zählt Ihr Unternehmen?

21% und damit die Mehrheit der Befragten sind in Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus beschäftigt. Der Handel (9%) ist am zweithäufigsten vertreten. Insgesamt stammen 64% der befragten Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe. Die restlichen 36% der Umfrageteilnehmer arbeiten im Handels- und Dienstleistungssektor (u.a. IT, Banken, Energie und Transport).

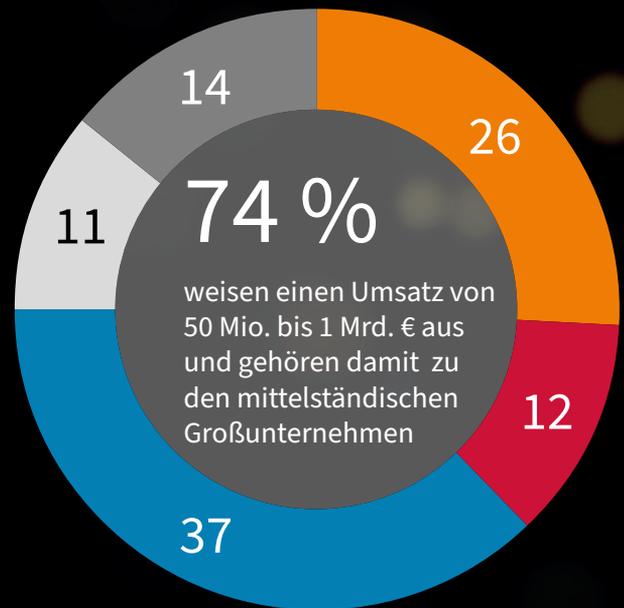


64 %
 arbeiten für Unternehmen des produzierenden Gewerbes

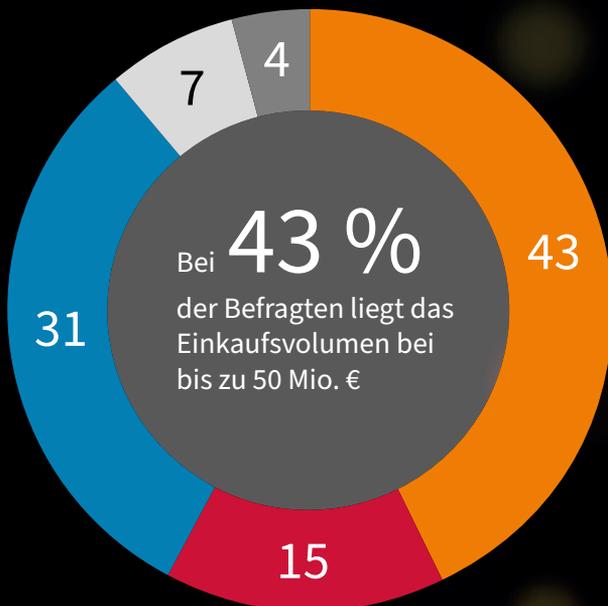
- Produzierendes Gewerbe
 - Handels- und Dienstleistungssektor
- *alle Angaben in %

Wie hoch ist Ihr Jahresumsatz?

Die teilnehmenden Unternehmen gehören zum deutschen Mittelstand. Sie weisen einen Jahresumsatz zwischen 10 und 1.000 Millionen € aus. Die befragten mittelständischen Unternehmen gliedern sich überwiegend in die Umsatzspanne von 100 bis 1.000 Millionen € sowie zu 12% in 50 bis 100 Millionen €. Circa ein Viertel der Unternehmen geben bei den Jahresumsätzen an, unter 50 Millionen € zu liegen.



■ < 50 Millionen
 ■ 50 - 100 Millionen
 ■ 100 - 500 Millionen
 *alle Angaben in %
 ■ 500 - 1.000 Millionen
 ■ > 1 Mrd.



■ < 50 Millionen
 ■ 50 - 100 Millionen
 ■ 100 - 500 Millionen
 *alle Angaben in %
 ■ 500 - 1.000 Millionen
 ■ > 1 Mrd.

In welcher Höhe beschaffen Sie jährlich?

Unternehmen aus dem Mittelstand mit einem Einkaufsvolumen bis zu 50 Millionen € machen 43% der Umfrageteilnehmer aus. Knapp die Hälfte der Befragten ordnen ihr Einkaufsvolumen zwischen 50 und 500 Millionen € ein. Den kleinsten Anteil (11%) haben Unternehmen mit einem Einkaufsvolumen über 500 Millionen €.

245 Einkäufer aus der DACH-Region gaben ihre Einschätzung zum Digitalisierungsgrad und zur Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen im Einkauf ab.

Das verstehen wir unter „Mittelstand“

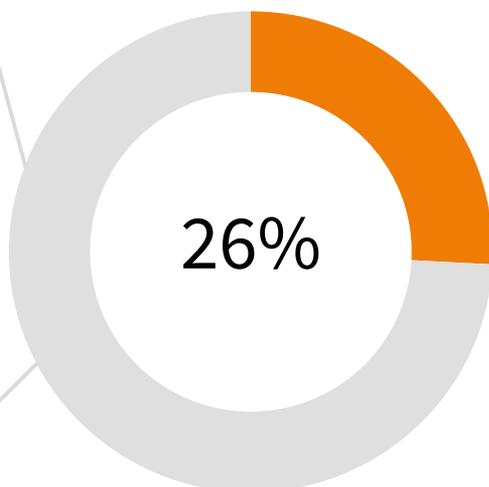
Die Umfrage zum Stand der Digitalisierung und der Erhebung zu den dominierenden Einkaufsthemen in mittelständischen Unternehmen wurde im Zeitraum von April bis Mai 2022 durchgeführt. Insgesamt haben 245 Personen an der Umfrage teilgenommen.

Die Anzahl der Datenerhebungen aus einer repräsentativen Stichprobenmenge des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) ist ausreichend, um fundierte Aussagen über die Grundgesamtheit der analysierten Zielgruppe, dem deutschen Mittelstand, treffen zu können und aus den Ergebnissen Trends abzuleiten.

Zum deutschen „Mittelstand“ werden in dieser Studie branchenunabhängig sowohl kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit bis zu 50 Mio. € Jahresumsatz und bis zu 500 Beschäftigten als auch große mittelständische Unternehmen mit bis zu 1 Mrd. € Jahresumsatz und bis zu 5.000 Mitarbeitern gezählt. Es handelt sich also um eine rein quantitative Definition (Umsatzgröße und Mitarbeiteranzahl) des Mittelstandsbegriffs, wobei der qualitativen Definition hinsichtlich Eigentums, Leitung, Haftung und Risiko insofern Rechnung getragen wird, als dass auch familiengeführte Unternehmen mit bis zu 1 Mrd. € Jahresumsatz erfasst werden, die charakteristisch für den deutschen Mittelstand sind.

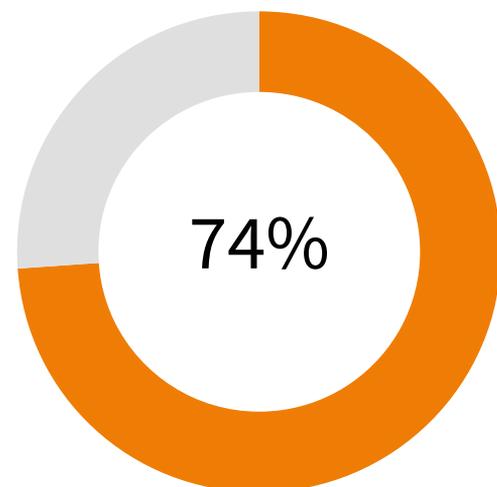
Bei der Ergebnisanalyse wird zwischen KMUs und mittelständische Großunternehmen differenziert, um mögliche Unterschiede nach Unternehmens-Größenklassen aufzuzeigen.

Knapp 30% der teilnehmenden Unternehmen weisen einen Jahresumsatz von bis zu 50 Mio. € aus. Diese Gruppe wird in der Studie als KMU aufgeführt. Fast drei Viertel der befragten Unternehmen erzielen einen Jahresumsatz bis zu 1 Mrd. € und werden in dieser Studie als mittelständische Großunternehmen bezeichnet.



Kleine und mittlere Unternehmen

< 50 Mio. € Jahresumsatz



Mittelständische Großunternehmen

50 Mio. € bis 1 Mrd. € Jahresumsatz

Digitalisierungs- und Trendradar: Wo steht der Einkauf?

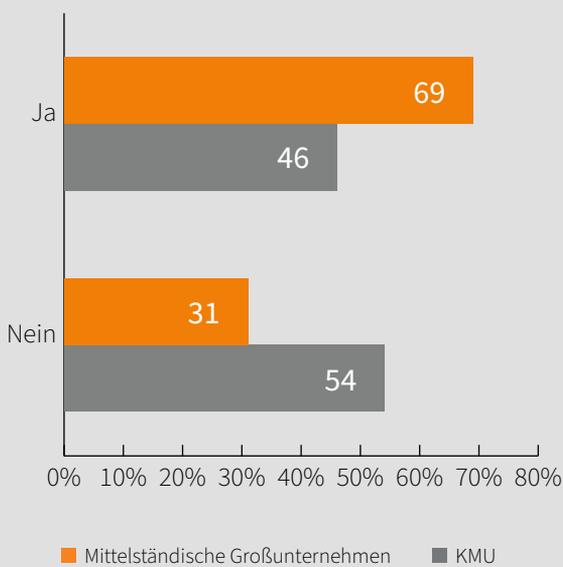
Die Digitalisierung ist im Einkauf nach wie vor ein Dauerbrenner. Die weltweiten Krisen seit 2020 haben die Herausforderungen im Einkauf verstärkt und aufgezeigt, dass Unternehmen ihre Beschaffung digitaler aufstellen müssen, um im Ergebnis resilienter und nachhaltiger werden zu können. Dieses Resümee wurde auch im Einkaufsbarometer 2021 gezogen. Hier erklärte Prof. Dr. Kämpf bereits, dass „die Digitalisierung den Einkauf nachhaltig macht“. Schon die Vorjahresstudien zeigen in der gesamten DACH-Region einen klaren Aufholbedarf in Sachen digitaler Transformation und Sustainability. Im ersten Teil des Einkaufsbarometers Mittelstand 2022 nehmen wir den digitalen Fortschritt in Beschaffungsorganisationen unter die Lupe. Außerdem untersuchen wir hier, welche Faktoren dem Einkauf den dringend benötigten Booster für die Zukunft geben und welche digitalen Beschaffungstrends dominieren.

Einkaufsstrategien sind größenabhängig

Nachhaltige Einkaufsstrategien sind ein wesentlicher Teil der Beschaffung. Sie schaffen einen definierten Handlungsrahmen für Beschaffungsorganisationen und damit Stabilität für das gesamte Unternehmen.

Wie schon in den Vorjahresstudien zeigt sich erneut, dass die strategische Optimierung der Einkaufsprozesse eine Frage der Größe ist. Mittelständische Unternehmen verfügen weiterhin häufiger über eine Einkaufsstrategie.

Vorhandensein einer dokumentierten Einkaufsstrategie



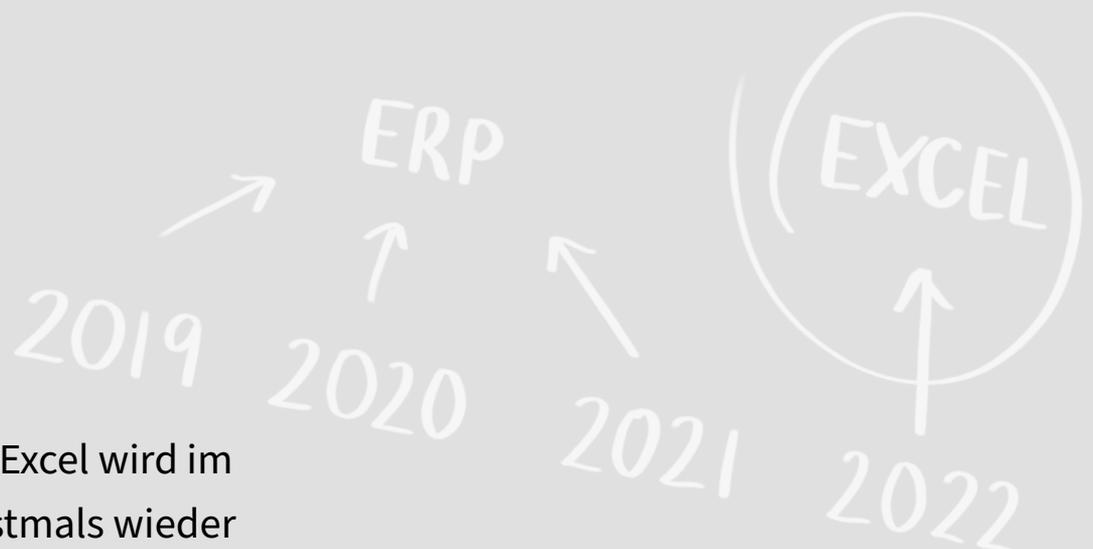
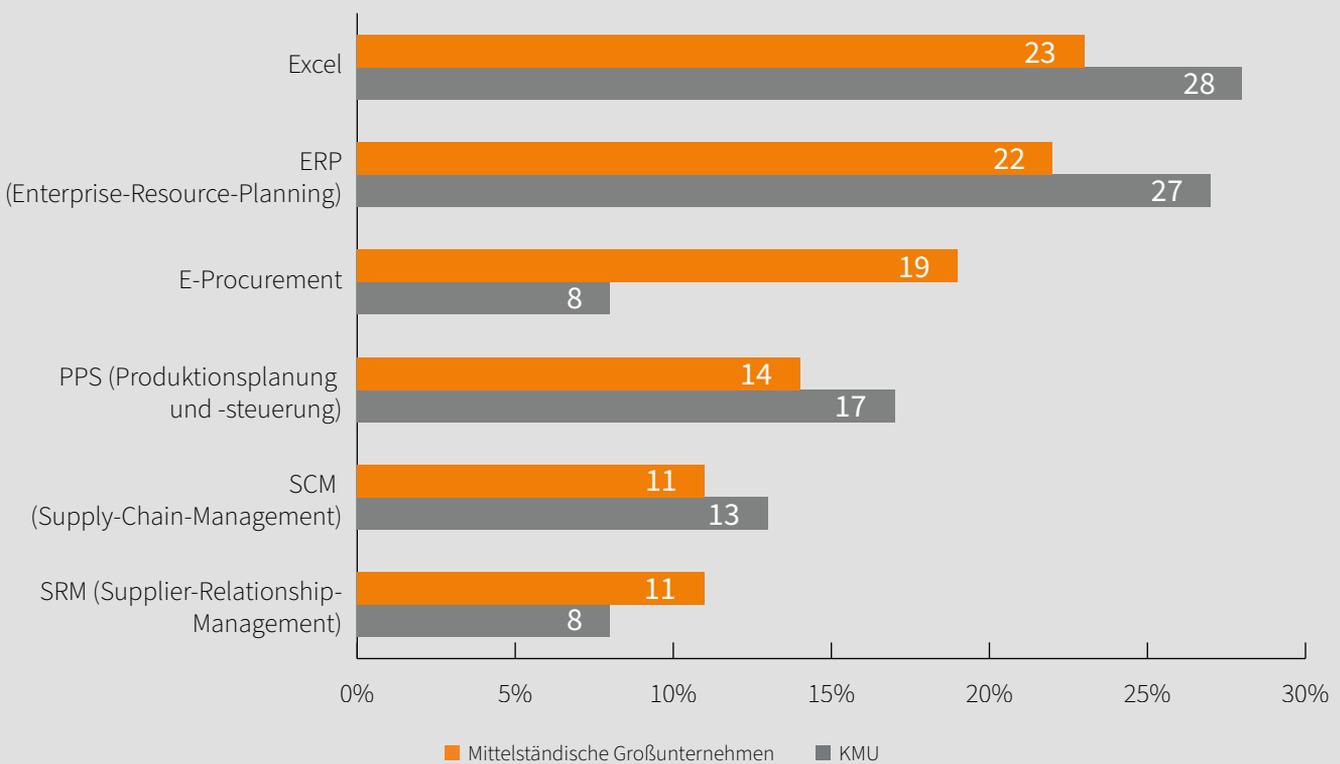
Größere Unternehmen verfügen häufiger über eine dokumentierte Einkaufsstrategie – die KMUs ziehen langsam nach.

Wackliges Datenfundament für digitale Einkaufsprozesse

Ein gut aufgebautes Datenmanagement bildet die Grundlage für alle nachgelagerten Einkaufsprozesse.

Das beliebteste System, um Daten im Einkauf zu verwalten, ist in diesem Jahr Excel. Mit Blick auf die Fehleranfälligkeit des Tools ein frustrierendes Ergebnis. An zweiter Stelle folgt das ERP-System.

Systemseitige Verwaltung von Beschaffungsdaten

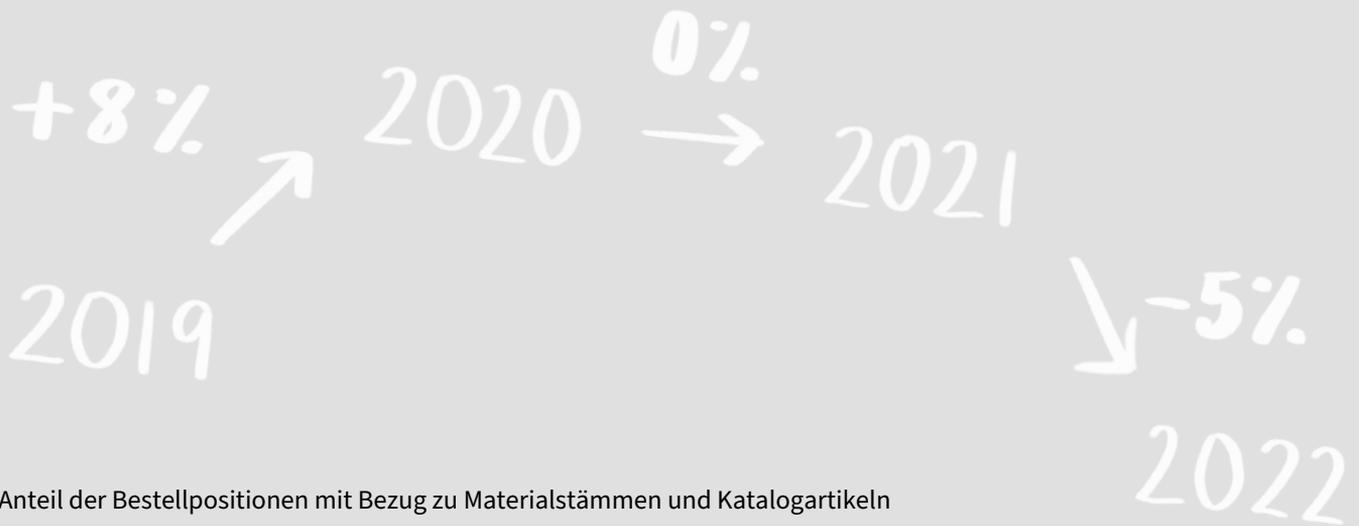


Das fehleranfällige Excel wird im Jahresvergleich erstmals wieder häufiger als ERP-Systeme genutzt.

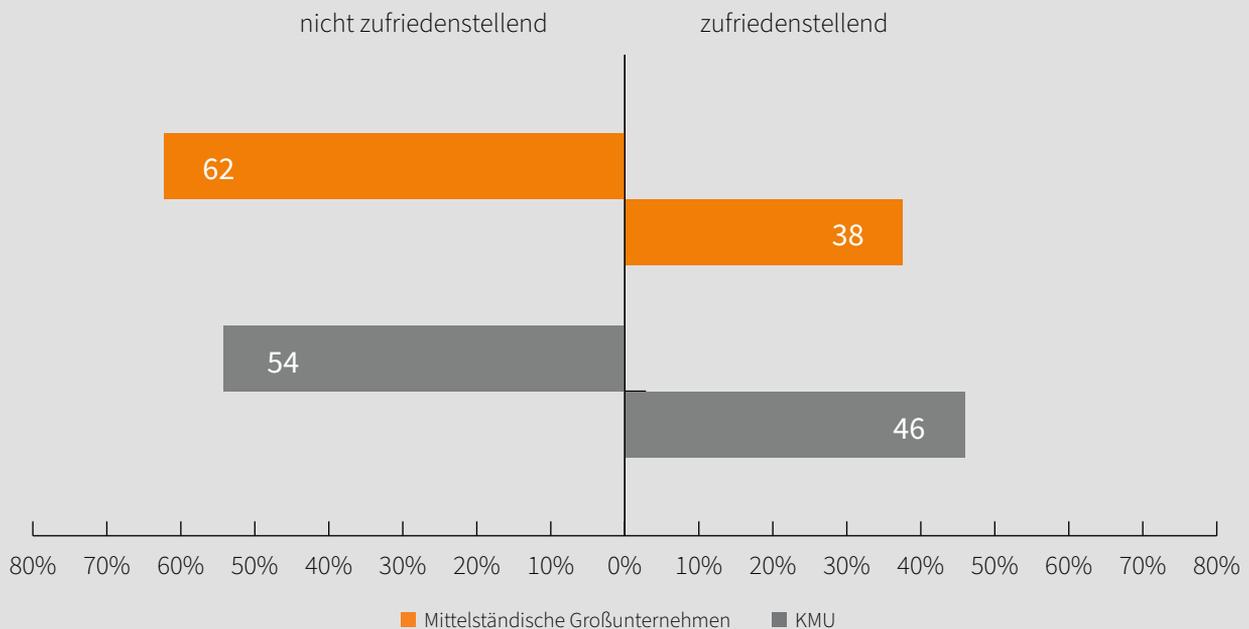
Digitalisierung im operativen Bereich fällt zurück

Die Katalogquote ist der Anteil an Bestellpositionen mit Bezug zu existierenden Materialstämmen oder Katalogartikeln. Sie ist die Basis, um den Automatisierungsgrad der operativen Einkaufsprozesse zu beurteilen.

Über alle Unternehmen hinweg liegt der Großteil der Bestellpositionen mit Bezug zu existierenden Materialstämmen und Katalogartikeln unter 50 %. Damit zeigt sich eine Verschlechterung des Digitalisierungsgrades im operativen Bereich um mehrere Prozentpunkte.



Anteil der Bestellpositionen mit Bezug zu Materialstämmen und Katalogartikeln



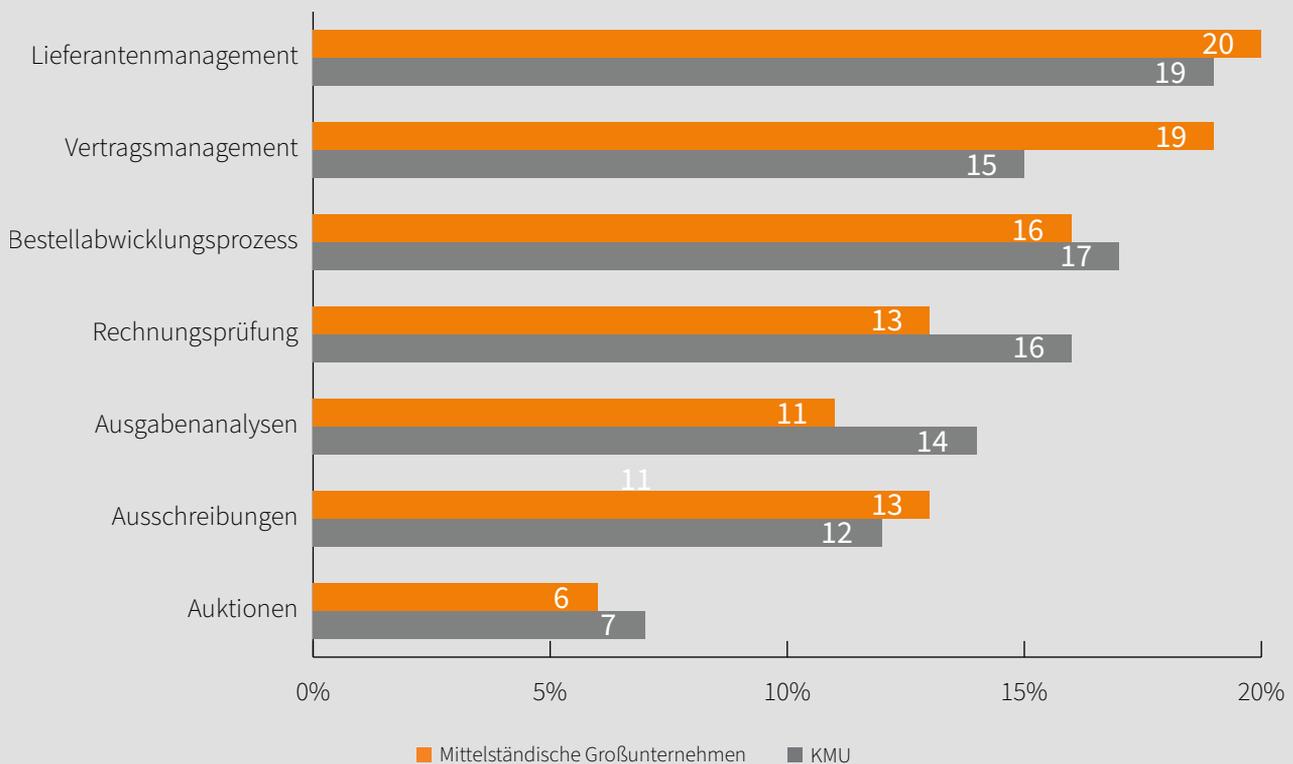
Bei 60% der befragten Unternehmen ist die Katalogquote unzufriedenstellend.

Beschaffungsprozesse mit dem größtem Digitalisierungspotenzial

Gerade im Einkauf lohnt es sich, die Automatisierung von Prozessen und Aktivitäten durch smarte Tools voranzutreiben. Leistungen können verbessert, Fehler verringert und effektiv Zeit gespart werden.

Schon in den letzten Jahren zeichnete sich ein Trend besonders ab, der sich in diesem Jahr fortsetzt: Alle Unternehmen sehen einen großen Digitalisierungsbedarf im Bereich des Lieferantenmanagements, dicht gefolgt vom Bestellabwicklungsprozess. Weiterhin sehen die befragten Unternehmen im Vertragsmanagement erhöhten Bedarf für digitale Prozesse.

Digitalisierungsbedarf im Einkauf



Der Mittelstand sieht im Lieferantenmanagement den größten Digitalisierungsbedarf.

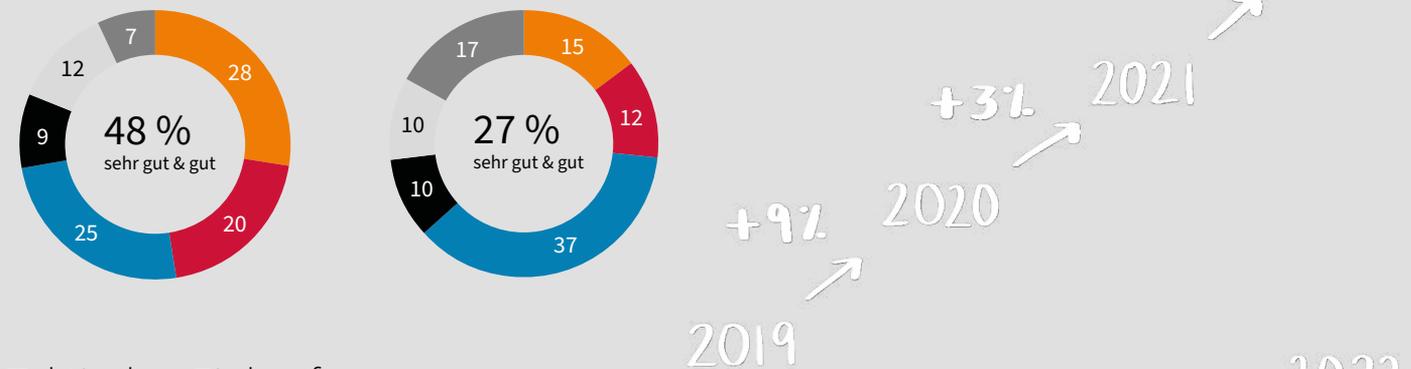
Prozesseffizienz im Mittelstand: Das ist der Status Quo

Bereits 2018 eruierte Onventis in einer Studie mit dem BME und der Hochschule Niederrhein die Bedeutung von Beschaffungsnetzwerken für den Einkauf. Die sogenannte vertikale Vernetzung zwischen Abnehmern und Lieferanten zielt primär auf die Erhöhung der Prozesseffizienz ab.

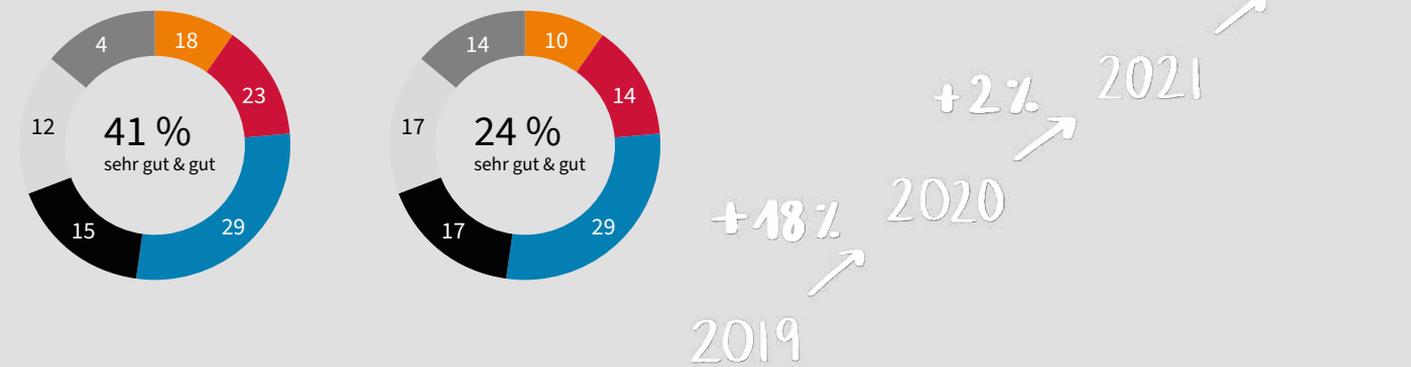
In den Folgestudien 2019, 2020 und 2021 zeigte sich, dass die Unternehmen die Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten stetig optimieren. In den Vorjahren zeichnete sich eine breite Zufriedenheit ab. Diese Tendenz zeigt sich in diesem Jahr vor allem bei den mittelständischen Großunternehmen erneut. 41 bis 55% von ihnen geben an, dass die Vernetzung mit ihren Lieferanten im strategischen, taktischen und operativen Bereich mindestens gut ist. Die KMUs scheinen etwas schlechter vernetzt zu sein als in den letzten Jahren. Vor allem im strategischen (27%) und taktischen Bereich (24%) hat der Vernetzungsgrad etwas abgenommen.

Vernetzungsgrad mit Lieferanten

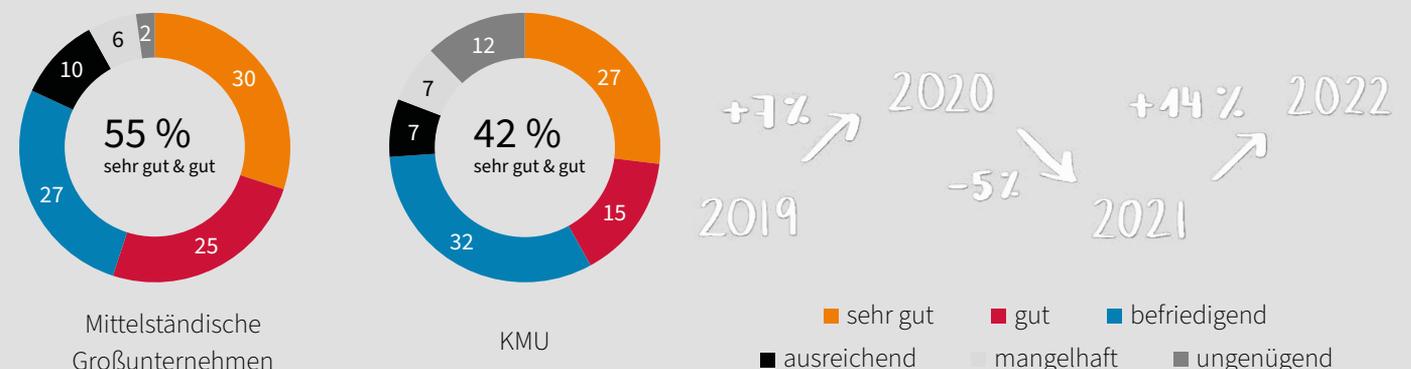
Strategischer Einkauf (Vision-to-Strategy)



Taktischer Einkauf (Source-to-Contract)



Operativer Einkauf (Procure-to-Pay)



Mittelständische
Großunternehmen

KMU

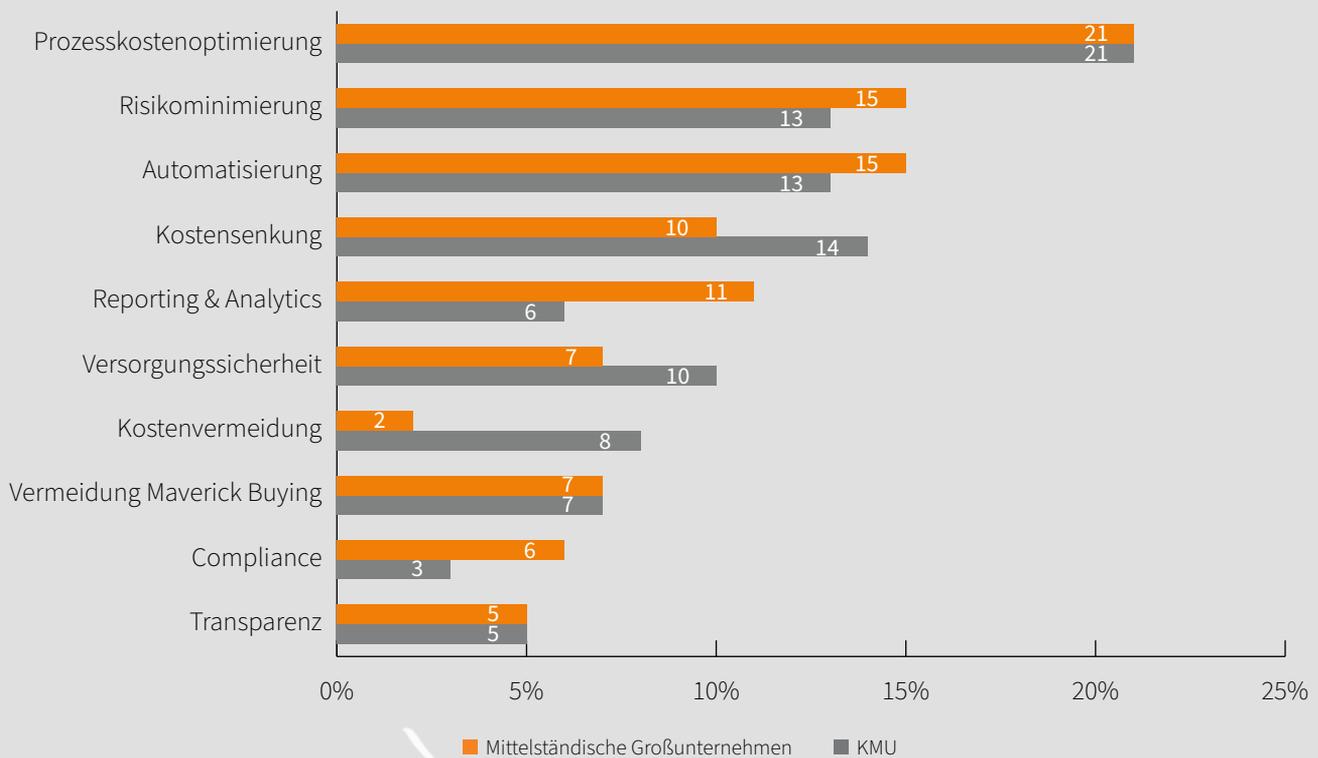
sehr gut gut befriedigend
ausreichend mangelhaft ungenügend

Diese Digitalthemen treiben Einkäufer an

Die prägenden Herausforderungen der letzten Jahre – wie Kostendruck, Lieferengpässe oder die Gewährleistung der Versorgung – haben klar gezeigt, dass die Beschaffung sich weiter transformieren und konsequent digitaler werden muss. Nur so kann eine stabile Basis für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen geschaffen werden.

Mit Blick auf die aktuell wichtigsten Treiber zeichnet sich erneut ein deutliches Bild ab. Die Prozesskostenoptimierung stellt für alle befragten Unternehmen den wichtigsten Treiber für die Digitalisierung im Einkauf dar. An zweiter und dritter Stelle folgen die Risikominimierung, die in den letzten Jahren eher als nachrangig angesehen wurde, sowie die Automatisierung.

Treiber der Digitalisierung im Einkauf



PROZESSKOSTENOPTIMIERUNG

2020

2021

2022

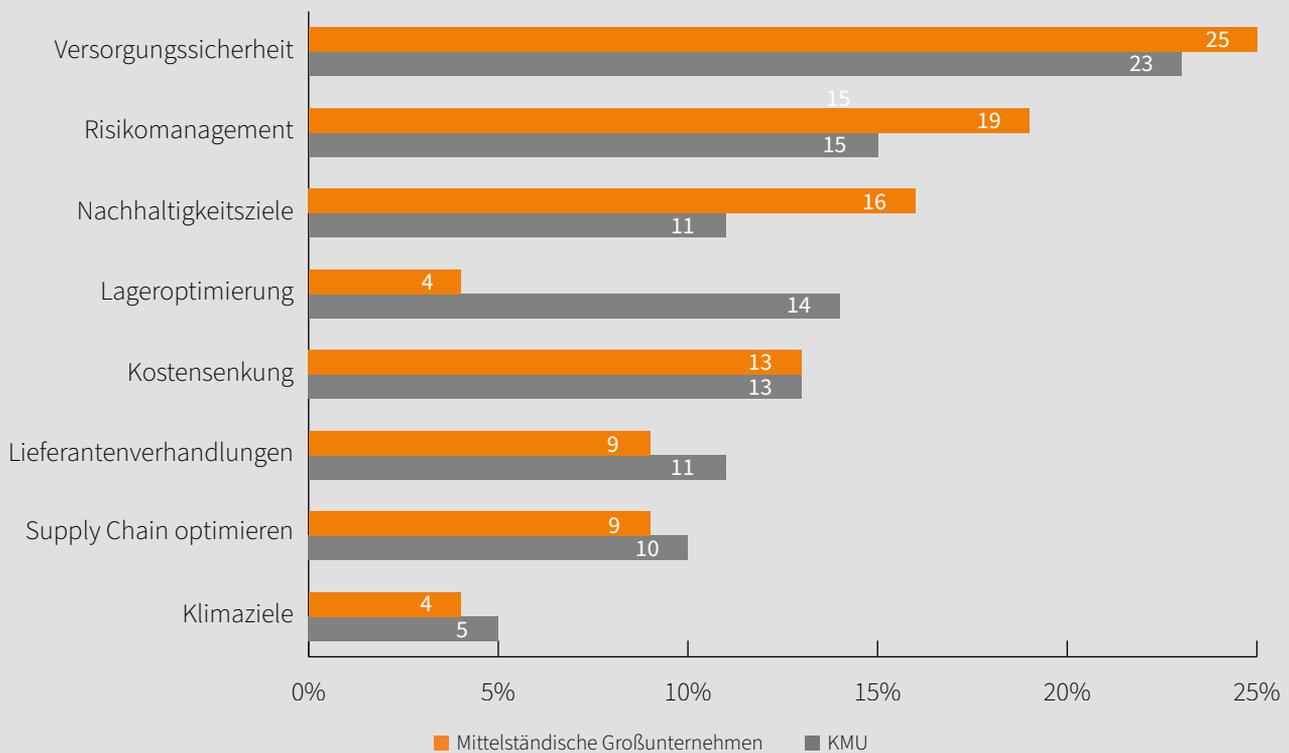
Die Prozesskostenoptimierung ist weiterhin das stärkste Motiv bei der Digitalisierung des Einkaufs.

Die Beschaffung zukunftsicher ausrichten

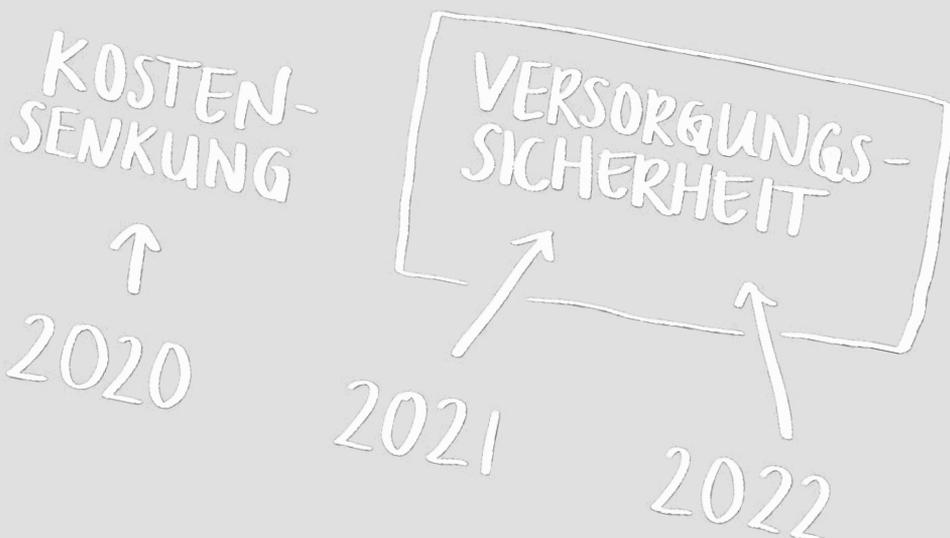
Um wiederkehrenden Herausforderungen oder Krisen richtig zu begegnen und in erster Linie die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen, muss der Einkauf dauerhaft relevante Maßnahmen evaluieren und zum Einsatz bringen.

In den letzten Jahren musste aufgrund der Lieferschwierigkeiten und der Verzögerung bei Lieferzeiten vor allem die Versorgung gesichert werden. Das bestätigt sich in diesem Jahr erneut. Außerdem steht das Risikomanagement, die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen und die Kostensenkung oben auf der Beschaffungsagenda.

Diese Maßnahmen plant der Einkauf innerhalb des nächsten Jahres



Mittelständische Einkaufsorganisationen setzen im kommenden Jahr auf Versorgungssicherheit und Risikomanagement.

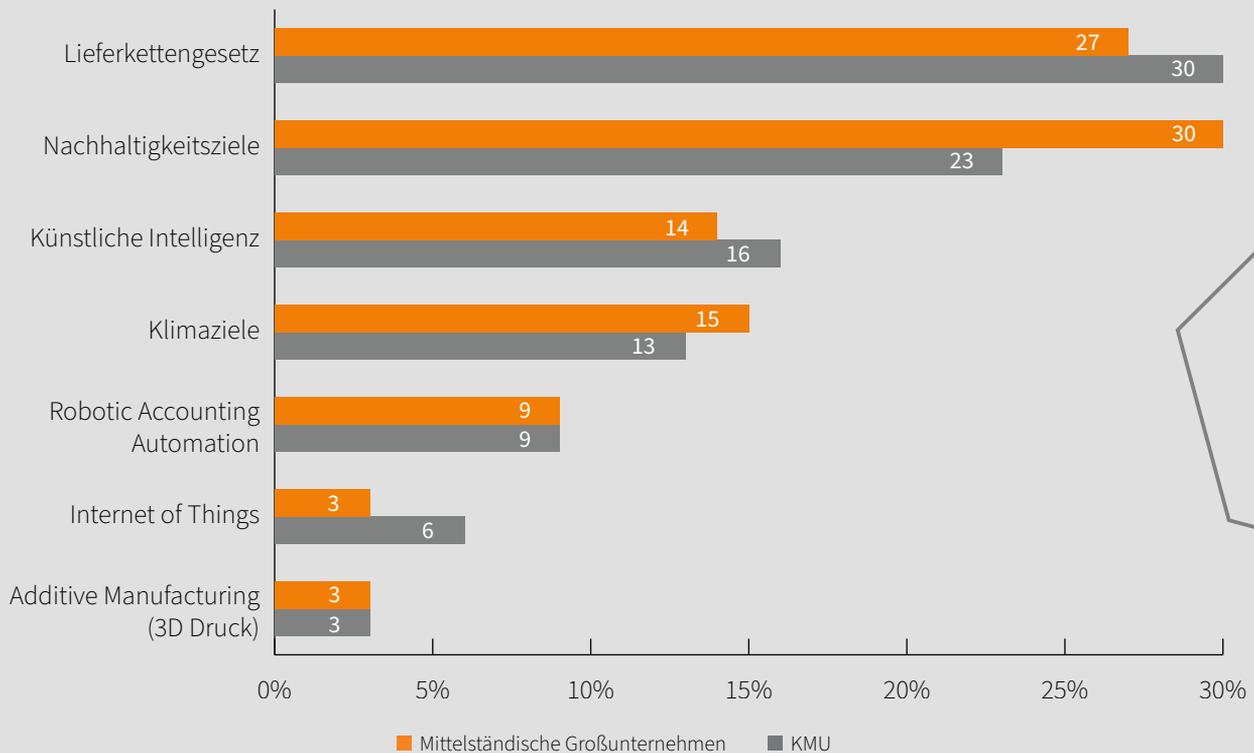


Aktuelle Markttrends: CSR ist das Tophema des Einkaufs

Unternehmen stehen im Zusammenhang mit aktuellen Trends unter Zugzwang. Die Berücksichtigung zukunftsweisender Technologien und politischer Anforderungen gewährleisten die nachhaltige Weiterentwicklung von Unternehmen und sind schon jetzt ein wettbewerbsentscheidender Faktor. Der Einkauf nimmt hier eine zentrale Rolle ein.

Bei der Frage nach den eingesetzten Trendthemen zeigt sich, dass vor allem der Themenkomplex rund um Corporate Social Responsibility (CSR) – wie Nachhaltigkeits- und Klimaziele sowie das Lieferkettengesetz – am häufigsten genannt werden. Wenig überraschend ist, dass das Lieferkettengesetz aktuell am stärksten gewichtet wird. Interessant ist dabei, dass KMUs und mittelständische Großunternehmen hier fast gleichauf sind. KMUs setzen sich vermutlich intensiv mit dem Thema auseinander, da sie von größeren Unternehmen zur Einhaltung der Regeln verpflichtet werden. Auch Künstliche Intelligenz ist von steigender Bedeutung für den Einkauf.

Aktueller Einsatz der Trendthemen im Einkauf



Nachhaltigkeitsziele,
das Lieferkettengesetz
und Klimaziele sind die
Top-Themen im Einkauf.



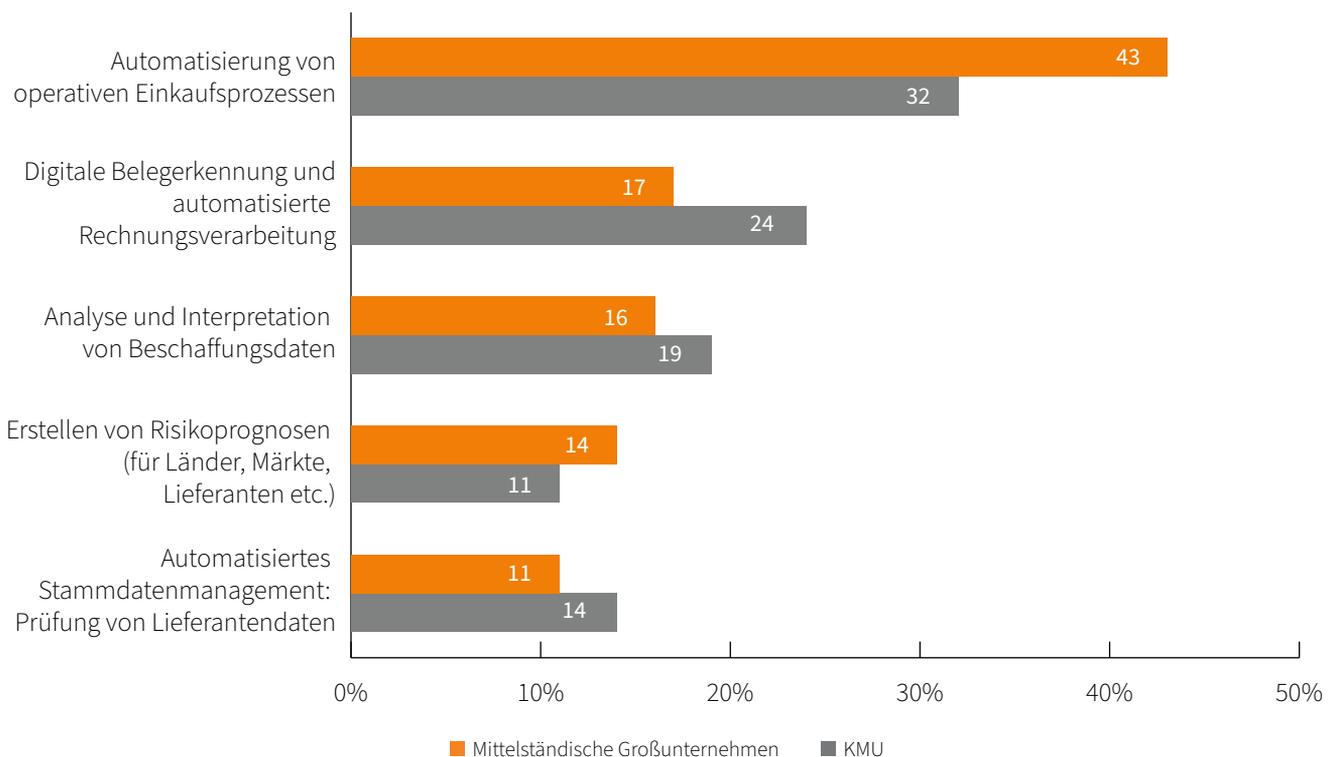
Das verspricht sich der Einkauf von Künstlicher Intelligenz

Künstliche Intelligenz (KI) ist der Oberbegriff für Technologien, die menschliche Denk- und Handlungsprozesse nachbilden sollen. Dabei umfasst KI diverse Teilgebiete: von Robotic Process Automation (RPA) über Machine Learning und Deep Learning bis hin zur eigentlichen Robotik. Im Einkauf kann KI in verschiedenen Ausprägungen sowohl im strategischen und taktischen als auch im operativen Bereich eingesetzt werden.

Die befragten Unternehmen sehen das größte Potenzial für den Einsatz von KI im Einkauf im operativen Bereich. Das könnte vor allem daran liegen, dass der Einkauf hier die größten Möglichkeiten für Automatisierungen und Optimierungen sieht. Es ist allgemein bekannt, dass die Digitalisierung operativer Prozesse mehr Kapazitäten für strategische Aufgaben schafft und so massive Mehrwerte für den Gesamtunternehmenserfolg generiert.

Außerdem halten sowohl größere als auch kleinere mittelständische Unternehmen den Einsatz von Künstlicher Intelligenz auch für die digitale Belegerkennung und Rechnungsautomatisierung sowie für die Analyse und Interpretation von Beschaffungsdaten für sinnvoll.

Vorteile von KI im Einkauf



Der Einkauf im Mittelstand sieht die größten Vorteile von KI im operativen Bereich.

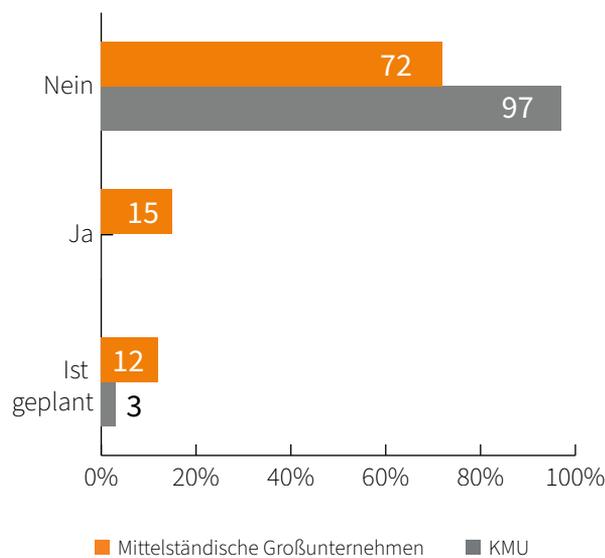
Ganzheitliche Einkaufslösung im Mittelstand: Einsatz

Die Anforderungen im Beschaffungsumfeld wachsen durch aktuelle Themen wie Risiken in der Supply Chain, sozialverantwortliches Handeln oder Nachhaltigkeitsziele stetig. Einkaufsverantwortliche finden sich deshalb zunehmend im Spannungsfeld zwischen Versorgungssicherheit, Qualitätssicherung und Kosteneinsparungen wieder. Eine digitale Source-to-Pay (S2P) Lösung, die den gesamten Beschaffungsprozess digital abbildet, schafft Abhilfe.

Fast alle KMUs (97%) und knapp drei Viertel der mittelständischen Großunternehmen setzen keine durchgängige Einkaufssuite ein. Das restliche Viertel der größeren Unternehmen gibt an, bereits eine Beschaffungslösung einzusetzen oder es für die Zukunft zu planen.

Dass nur so wenige mittelständische Einkaufsorganisationen eine S2P Suite im Einsatz haben, könnte zum einen an der Vielzahl vorhandener Insellösungen liegen. Im Markt finden sich viele Anbieter, die Stand-Alone-Lösungen für spezifische Einkaufsanforderungen bieten und bestimmte Herausforderungen im Markt lösen. Meist werden diese Lösungen als eine vermeintlich schnellere und kostengünstigere Alternative zu einer ganzheitlichen Einkaufssuite gesehen. Die nachhaltigeren Lösungen – sowohl hinsichtlich der mittel- und langfristigen Kosten als auch der Effizienz – sind S2P-Suites. Sie bilden Einkaufsprozesse ganzheitlich ab, bieten flexible Schnittstellen und erleichtern Beschaffungsorganisationen durch einheitliche Oberflächen und automatisierte Prozessschritte den Arbeitsalltag.

Einsatz einer S2P-Suite



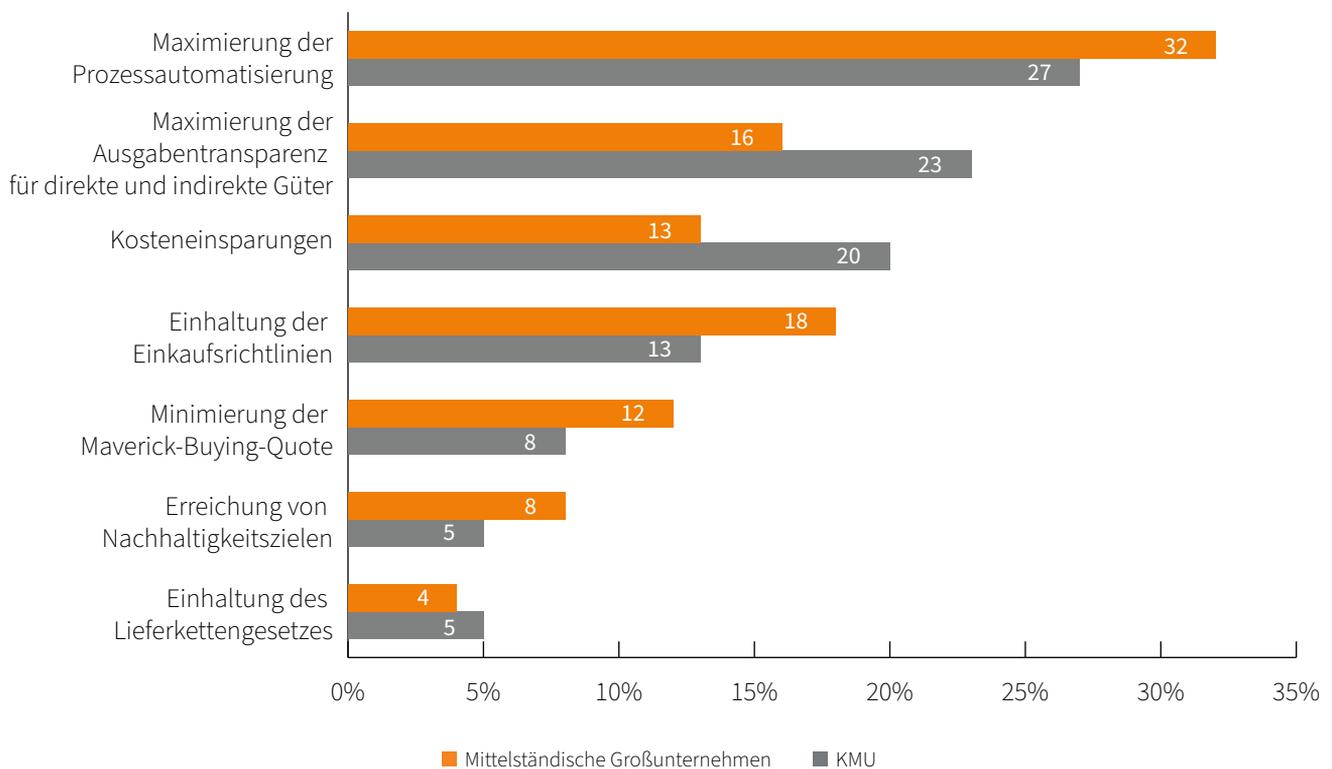
S2P Suites werden im mittelständischen Einkauf noch viel zu selten eingesetzt.

Ganzheitliche Einkaufslösung im Mittelstand: Vorteile

Obwohl die Mehrheit der mittelständischen Unternehmen keine S2P Suite im Einsatz hat, sehen Einkaufsorganisationen die Vorteile einer S2P-Lösung für den Beschaffungsprozess. Besonders in den Bereichen Prozessautomatisierung, Ausgabentransparenz und Kosteneinsparungen erkennen die befragten Unternehmen Potenziale, die durch eine ganzheitlich Beschaffungslösung ausgeschöpft werden können.

Überraschend ist hierbei, dass Nachhaltigkeitsthemen nicht als wesentlicher Vorteil von S2P Suites gesehen werden, obwohl die entsprechenden Features bereits verfügbar sind und direkt in den Einkaufsprozess integriert werden können.

Vorteile einer S2P-Lösung



Den größten Vorteil einer S2P Suite sieht der Einkauf in der Maximierung der Prozessautomatisierung.

Nachhaltiger Einkauf: Zwischen Anspruch und Realität

Die weltweit anhaltenden Entwicklungen mit Klimakatastrophen und Menschenrechtsverletzungen zeigen, dass Themen rund um Corporate Social Responsibility (CSR) deutlich mehr Beachtung in Unternehmen finden müssen. Unter CSR ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens zu verstehen. In der Praxis werden die Begriffe CSR und Nachhaltigkeit weitgehend synonym verwendet. Dabei umfasst CSR sowohl soziale und ökologische als auch ökonomische Aspekte – die Nachhaltigkeit ist in diesem Zusammenhang also einer von drei Aspekten. Konkret geht es bei CSR beispielsweise um den sparsamen Verbrauch von natürlichen Ressourcen, Schutz von Klima und Umwelt, Fairtrade und die Einhaltung von Arbeitsstandards und Menschenrechten in der Lieferkette.

Wie wichtig die ökologische Dimension in Bezug auf das wirtschaftliche Handeln wirklich ist, unterstreicht der Global Risk Report des Weltwirtschaftsforums 2021. Das Scheitern des Klimaschutzes stellt langfristig das größte Risiko für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft dar. In diesem Zusammenhang ist der jüngste Bericht (2022) des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) besonders alarmierend. Aus ihm geht hervor, dass wir den Anstieg der globalen Durchschnittstemperaturen um 1,5 bis 2 °C in diesem Jahrzehnt erreichen könnten. Zeit zu handeln. Dabei nimmt der Einkauf eine Schlüsselrolle ein. Beschaffungsorganisationen haben einen maßgeblichen Einfluss auf die nachhaltige Ausrichtung der Supply Chain und des Unternehmens insgesamt.

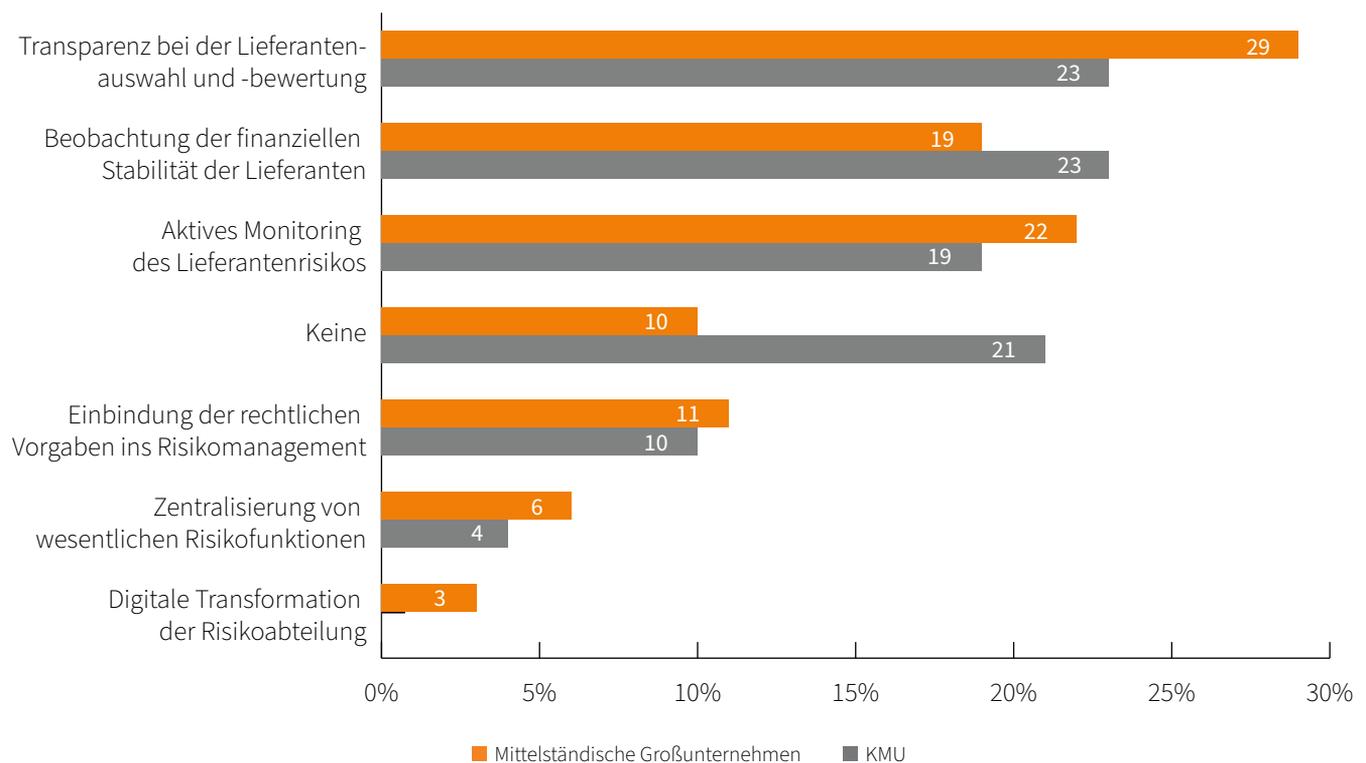
Angepasstes Risikomanagement für resiliente Lieferketten

Nach wie vor stehen Unternehmen unter großem Druck. Volatile Märkte, Lieferprobleme und Naturkatastrophen sind nur einige von vielen globalen Herausforderungen, denen sich Beschaffungsorganisationen gegenübersehen. Um die eigene Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft zu sichern, ist der Einkauf gefordert, die Resilienz in der Lieferkette zu stärken. Die Resilienz in der Supply Chain beschreibt die Widerstandsfähigkeit gegenüber Krisen, Störungen und Ausfällen in der Lieferkette. Lieferketten können in der Regel nur gestärkt werden, wenn vorhandene Risiken bekannt sind und durch entsprechendes Risikomanagement ausgemerzt werden. Insbesondere die letzten Jahre haben Anpassungen im Risikomanagement notwendig gemacht.

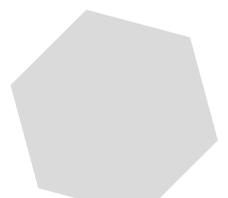
Kleinere Unternehmen haben ihr Risikomanagement vor allem hinsichtlich der Transparenz bei der Lieferantenauswahl und -bewertung und der Beobachtung der finanziellen Stabilität ihrer Lieferanten angepasst. Größere mittelständische Unternehmen betreiben zudem aktives Monitoring des Lieferantenrisikos. Mit Blick auf die derzeit wachsenden Anforderungen an Lieferanten in Bezug auf CSR, das Lieferkettengesetz oder pandemiebedingte Herausforderungen verwundert dieses Ergebnis nicht. Das Lieferantenmanagement steht aktuell als Top-Thema auf der Agenda von Beschaffungsorganisationen. Die Digitalisierung der Risikoabteilung oder die Zentralisierung von Risikofunktionen fällt in der Relevanz dagegen deutlich ab.

Ungefähr ein Fünftel der KMUs und 10% der mittelständischen Großunternehmen nehmen keine Änderungen im Risikomanagement vor. Das kann entweder daran liegen, dass das Risikomanagement bereits angepasst wurde oder aufgrund akuter Pain-Points in anderen Bereichen die Anpassungen auf einen späteren Zeitpunkt verschoben wurden.

Anpassungen im betrieblichen Risikomanagement



Die meisten Anpassungen im Risikomanagement wurden im Bereich Lieferantenauswahl- und bewertung vorgenommen.



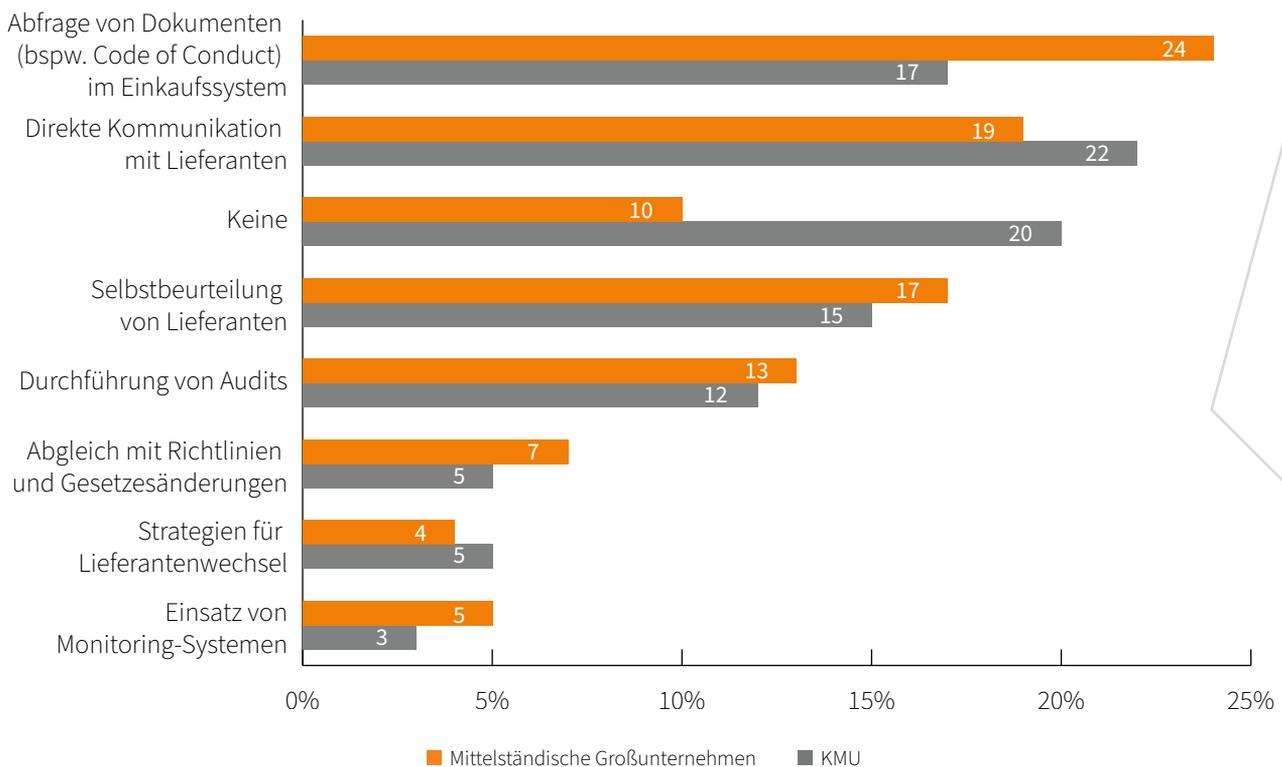
Endspurt: Wie gut ist der Einkauf auf das Lieferkettengesetz vorbereitet?

Mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG, kurz „Lieferkettengesetz“) werden für deutsche Unternehmen mit mehr als 3.000 Angestellten ab 2023 bzw. mehr als 1.000 Angestellten ab 2024 gewisse Sorgfaltsstandards in der Lieferkette zur Pflicht. Einkäufer sind gefordert, Menschen- und Arbeitsrechte in der Beschaffungsstrategie zu verankern. Damit ist maßgeblich das Lieferantenmanagement von Unternehmen betroffen.

Knapp ein Viertel der kleinen mittelständischen Unternehmen geben an, die direkte Kommunikation mit ihren Lieferanten angepasst zu haben. Ein Fünftel der KMUs trifft derzeit keine Maßnahmen zum Abgleich der Lieferanten mit dem Lieferkettengesetz. Ungefähr ein Viertel der mittelständischen Großunternehmen fragen relevante Dokumente wie beispielsweise den Code of Conduct im eigenen Beschaffungssystem ab. Außerdem kommunizieren 19% direkt mit Lieferanten zum Abgleich mit dem Lieferkettengesetz.

Circa ein Fünftel der KMUs haben noch keine Maßnahmen zum Abgleich ihrer Lieferanten mit dem LkSG getroffen. Das kann vor allem daran liegen, dass sie größtenbedingt in den nächsten Jahren noch nicht gesetzlich verpflichtet sind, die vorgeschriebenen Sorgfaltspflichten einzuhalten. Dennoch sollten sich auch kleinere Unternehmen, die nicht unmittelbar ab 2023 zur Einhaltung des LkSG verpflichtet sind, vorbereiten. Sie sind mittelbar über größere Unternehmen, mit welchen sie in einer Geschäftsbeziehung stehen, bereits betroffen.

Lieferkettengesetz: Maßnahmen zum Lieferantenabgleich



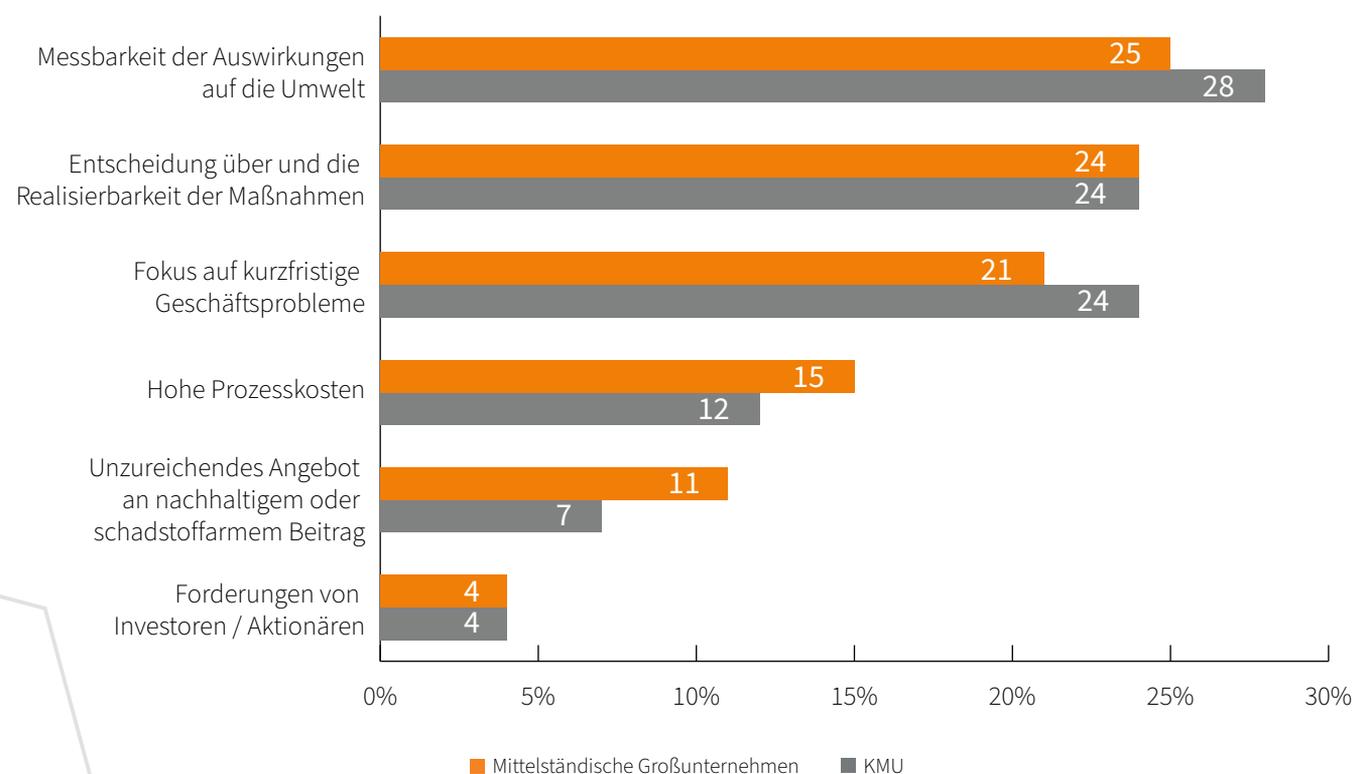
Die Abfrage von Dokumenten im Einkaufssystem und die direkte Kommunikation mit Lieferanten sind die gängigsten Maßnahmen zum Abgleich von Suppliern mit dem LkSG.

Die größten Pain-Points in Nachhaltigkeitsbemühungen

Nachhaltigkeitsthemen im Einkauf umzusetzen, ist komplex. Die Gründe dafür sind vielfältig. CSR umfasst sowohl soziale und ökologische als auch ökonomische Aspekte. Innerhalb dieser Themenfelder gibt es jeweils viele Möglichkeiten und Anforderungen an Beschaffungsorganisationen, das Thema Sustainability voranzutreiben. Die Schwierigkeit besteht vor allem darin, konkrete Themen zu identifizieren, die dafür passenden Lösungen zu finden, diese konsequent umzusetzen und deren Auswirkungen zu messen.

Sowohl KMUs als auch mittelständische Großunternehmen haben Probleme, Umweltmaßnahmen zu messen. Gut nachvollziehbar, da abseits von CO₂-Kennzahlen die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsbemühungen schwieriger auszuwerten sind. Erschwerend kommt hinzu, dass einheitliche Kennzahlen und verbindliche Standards fehlen. Zudem stellen der Fokus auf kurzfristige Geschäftsprobleme und die Entscheidung über die Realisierbarkeit der Nachhaltigkeitsmaßnahmen große Pain-Points für den Einkauf im Mittelstand dar. Insgesamt zeigt sich, dass Einkaufsorganisationen die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten schwerfällt. Es fehlt an konkret richtungsgebenden Leitlinien bei der Nachhaltigkeitstransformation.

Pain-Points in Nachhaltigkeitsbemühungen



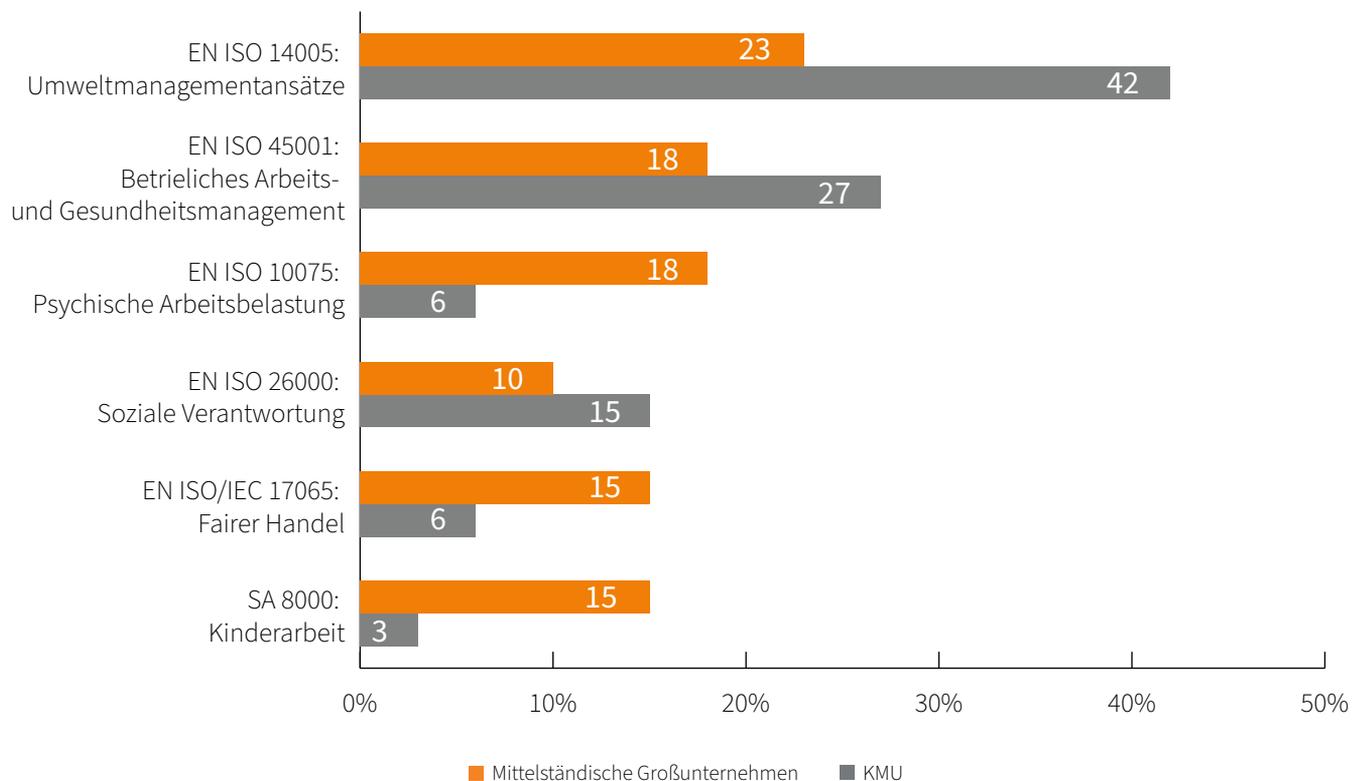
Die fehlende Messbarkeit von Umweltmaßnahmen ist der größte Pain-Point für den mittelständischen Einkauf.

Die wichtigsten ISO-Normen zur Auswahl von Lieferanten

Zertifikate und damit zusammenhängende Normen sind entscheidend bei der Lieferantenqualifizierung und somit auch für die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen. Sie zeichnen Supplier in verschiedenen Bereichen aus und werden von unabhängigen Instituten verliehen. Damit einher gehen häufig Audits, in welchen die Lieferanten nachweisen müssen, alle Kriterien für das jeweilige Zertifikat zu erfüllen. Digitale Tools erleichtern darüber hinaus die Erfassung von Lieferantenzertifikaten. Innerhalb von Lieferanten-Monitoring- oder E-Procurement-Systemen können diese hochgeladen, abgefragt und verwaltet werden.

Das aktuell wichtigste Zertifikat für mittelständische Unternehmen im DACH-Raum ist die Umweltmanagement-Norm. Auf sie achten 42% der KMUs und knapp ein Viertel der mittelständischen Großunternehmen. An zweiter Stelle folgt das ISO-Zertifikat für betriebliches Arbeits- und Gesundheitsmanagement. Für größere Unternehmen ist außerdem die ISO-Norm für psychische Arbeitsbelastung wichtig. KMUs legen den Fokus hingegen auf Leitfäden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen.

ISO-Normen zur Auswahl von Lieferanten



Der mittelständische Einkauf achtet bei der Auswahl von Lieferanten am häufigsten auf den Standard ISO 14005 für Umweltmanagementsysteme.

Beschaffungsseitige Maßnahmen für nachhaltige Lieferketten

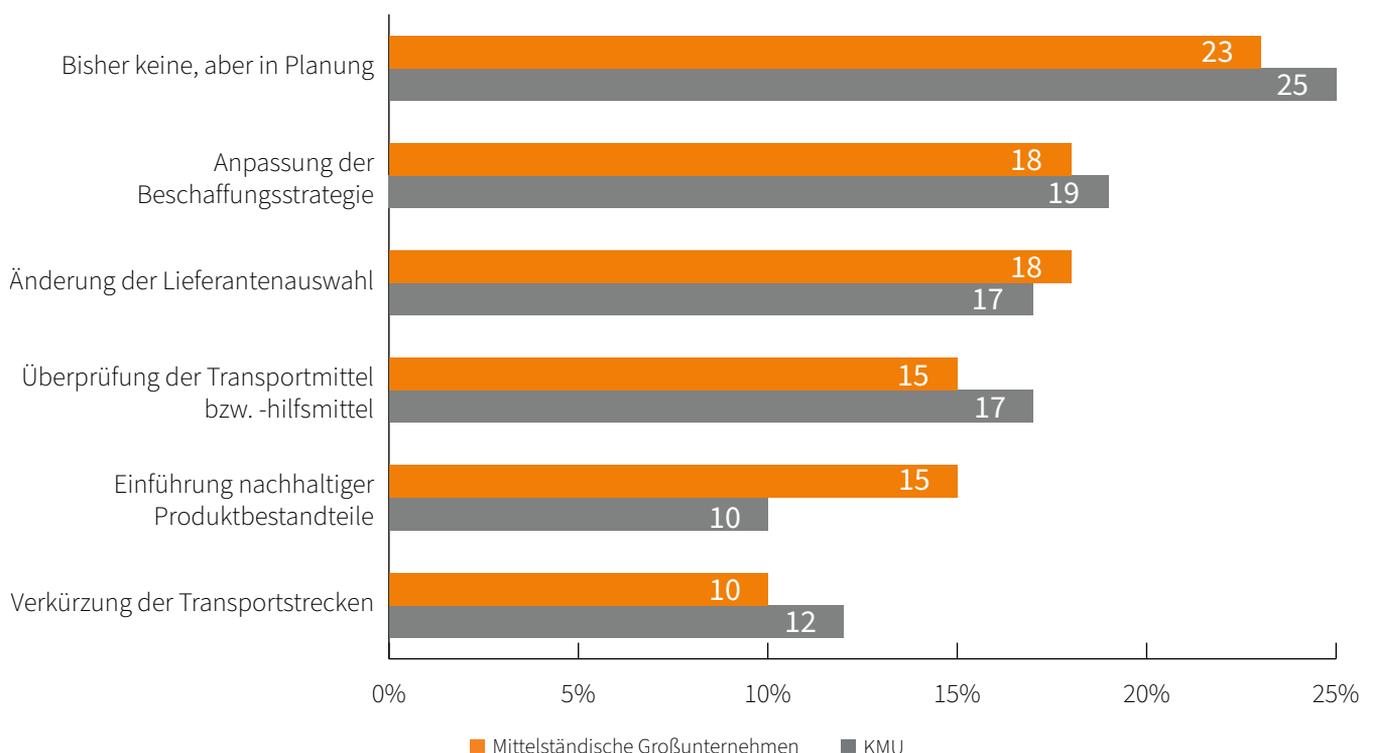
Immer mehr Unternehmen richten ihre Lieferketten nachhaltig aus. Und das nicht nur aufgrund von Regularien, Markt- und Kundennachfrage oder internationale Normen rund um CSR und Environmental Social Governance (ESG). ESG folgt einem quantitativen Ansatz zur Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards, um damit die Performance, Kundennachfragen und Weiterentwicklung in Bezug auf Nachhaltigkeitskriterien zu dokumentieren.

Nachhaltige Lieferketten sind für Unternehmen der Schlüssel, um auf wechselnde Umwelteinflüsse vorbereitet zu sein. Eine nachhaltige Supply Chain wird aber nur erreicht, wenn bestimmte Grundsätze im Lieferkettenmanagement verankert sind. Das macht Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Einkauf notwendig.

Ungefähr ein Viertel der befragten Unternehmen hat noch keine Maßnahmen in Sachen nachhaltige Lieferketten umgesetzt. Knapp ein Fünftel der Befragten hat bereits die Beschaffungsstrategie angepasst oder die Lieferantenauswahl geändert. Zudem werden die Transportmittel genauer unter die Lupe genommen. Nachhaltige Produktbestandteile werden eher selten eingeführt und Transportstrecken werden meistens nicht verkürzt.

Die Ergebnisse überraschen zum jetzigen Zeitpunkt nicht. Um nachhaltiger zu werden, muss im ersten Schritt die (Einkaufs-) Strategie angepasst werden. Anschließend können weitere Schritte in Richtung nachhaltiges Handeln eingeführt werden. Dabei sind die Lieferantenauswahl oder die Transportmittelüberprüfung häufig die ersten Schritte, da diese Maßnahmen schnell und gut umzusetzen sind. Wesentlich schwerer für nachhaltiges Handeln ist es dagegen, nachhaltige Produktbestandteile einzuführen oder Transportstrecken zu verkürzen.

Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen in der Lieferkette



Der Mittelstand passt vor allem die Beschaffungsstrategie und die Lieferantenauswahl an, um die Lieferketten nachhaltig auszurichten.

Nachhaltiges Handeln: Das treibt den Einkauf an

Zahlreiche Einkaufsabteilungen arbeiten aktiv an der Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen. Das liegt nicht nur an sozialen Faktoren, Umweltrisiken sowie Herausforderungen in der Steuerung der Lieferketten. Sustainability bietet auch zahlreiche Vorteile. So ist nachhaltiges Lieferkettenmanagement ein echter Motor für Wertschöpfung und Erfolg. Aber was sind aktuell die Gründe für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen im Einkauf?

Unternehmen aus der DACH-Region werden von gesetzlichen Vorgaben, Kundenanforderungen oder Geschäfts- und Lieferkettenrisiken zum nachhaltigen Handeln angetrieben. Die größten Treiber sind für Unternehmen demnach externe Faktoren. Wirtschaftlichkeitsrisiken oder die Entwicklung neuer Produkte spielen zum jetzigen Zeitpunkt eine eher untergeordnete Rolle. Das könnte insbesondere daran liegen, dass der Fokus auf den Vorbereitungen zum bevorstehenden Lieferkettengesetz liegt.

Gründe für das nachhaltige Handeln im Einkauf

	KMU	Mittelständische Großunternehmen
Platz 1	Begrenzung von Geschäfts- und Lieferkettenrisiken	Gesetzliche Vorgaben
Platz 2	Kundenanforderungen	
Platz 3	Gesetzliche Vorgaben	Begrenzung von Geschäfts- und Lieferkettenrisiken
Platz 4	Stärkung des Unternehmens-Images	Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen
Platz 5	Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen	Stärkung des Unternehmens-Images
Platz 6	Verschaffung eines Wettbewerbsvorteils	
Platz 7	Kostenreduktion	
Platz 8	Realisierung von Effizienzgewinnen	
Platz 9	Entwicklung neuer Produkte	

Externe Faktoren haben den größten Einfluss auf Beschaffungsorganisationen zur Umsetzung von Nachhaltigkeit.

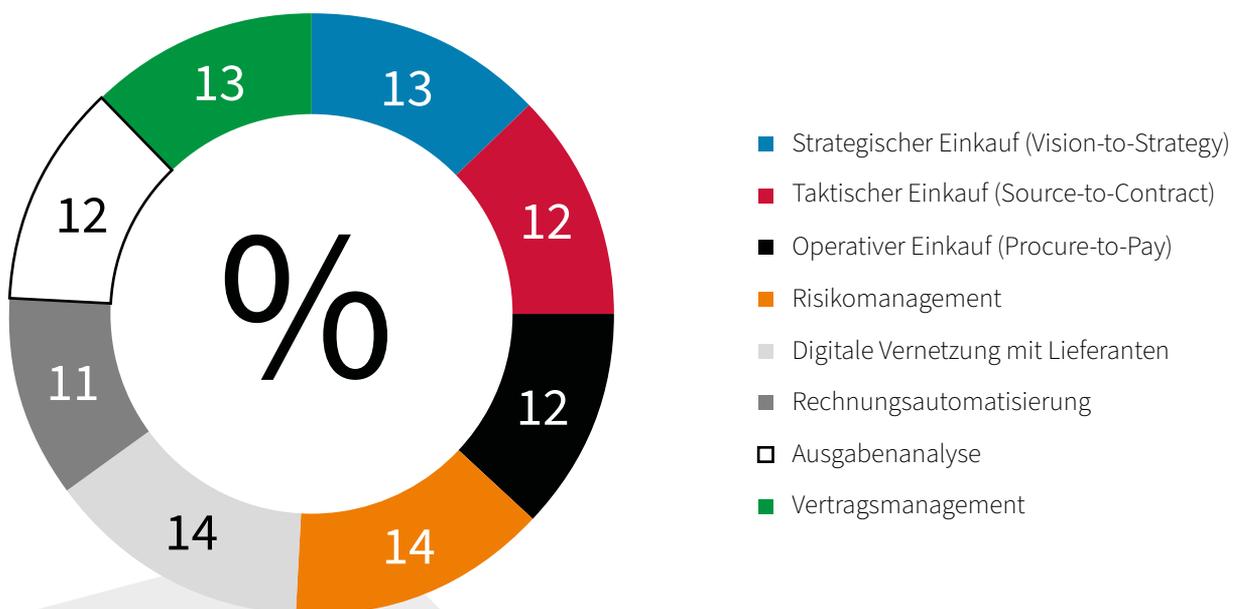
Digitale Agenda:

Wo besteht Bedarf und in was wird investiert?

Um den Einkauf und damit auch das gesamte Unternehmen zukunftssicher aufzustellen, werden entsprechende IT-Budgets für die Anschaffung digitaler Technologien zur Umsetzung von Trendthemen benötigt.

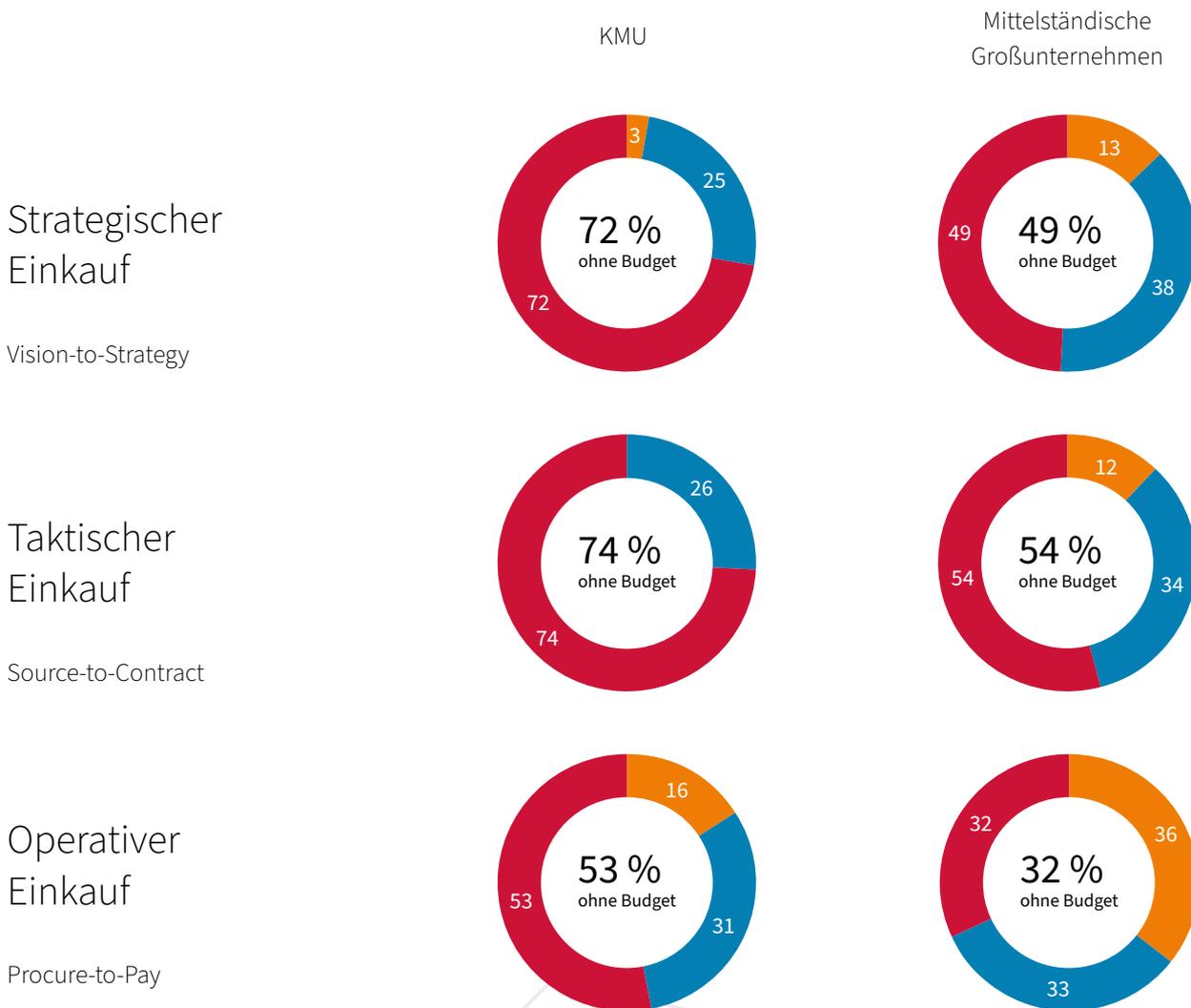
Doch obwohl Unternehmen den Investitionsbedarf erneut in allen Teilbereichen des Einkaufs sehen, wird das Budget dafür mehrheitlich nicht freigegeben.

Investitionsbedarf



Im Vergleich zum Vorjahr steht weniger Budget für einkaufsrelevante Themen zur Verfügung.

Im strategischen Bereich bewegt sich der Anteil genehmigter und geplanter Budgets bei allen befragten Unternehmen lediglich zwischen 28 (KMUs) bzw. 51% (mittelständische Großunternehmen). Besonders KMUs haben es schwer, sich durch Investitionen weiterzuentwickeln: Im strategischen, taktischen und operativen Bereich verfügen 53 bis 74% über keinen Investitionsspielraum. Ähnlich wie bei kleineren Unternehmen verfügen mittelständische Großunternehmen am ehesten im operativen Bereich über festes oder geplantes Budget. Kleinere Unternehmen haben darüber hinaus am ehesten die Möglichkeit, im Bereich der Rechnungsautomatisierung zu investieren. Größere mittelständische Unternehmen haben dagegen mehr Spielraum in der digitalen Vernetzung mit Lieferanten.

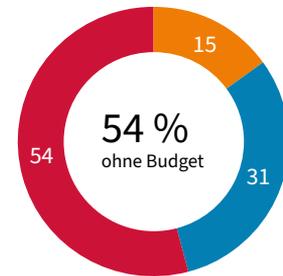
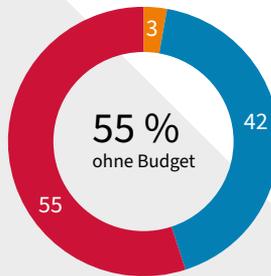


■ Budget genehmigt
 ■ Budget geplant
 ■ Kein Budget
 *alle Angaben in %

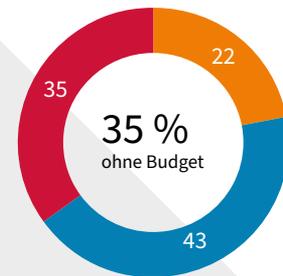
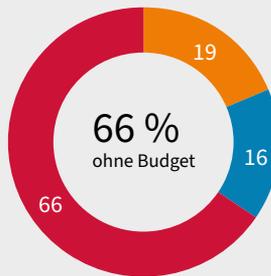
KMU

Mittelständische
Großunternehmen

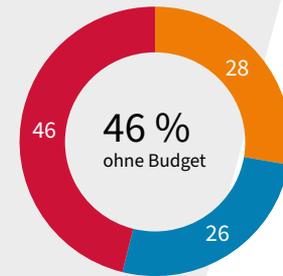
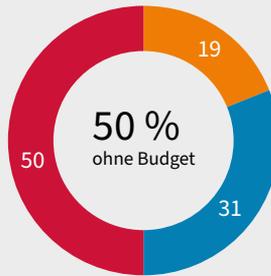
Risikomanagement



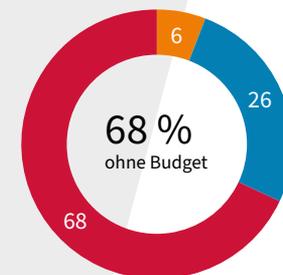
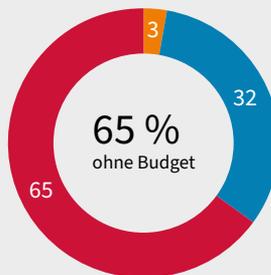
Digitale Vernetzung
mit Lieferanten



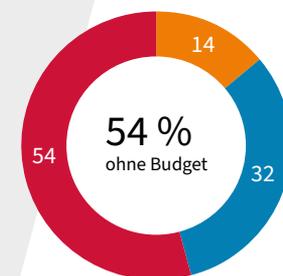
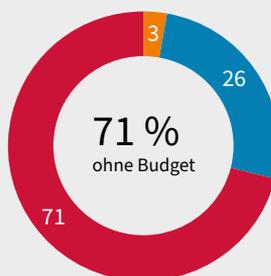
Rechnungs-
automatisierung



Ausgabenanalyse



Vertragsmanagement



■ Budget genehmigt

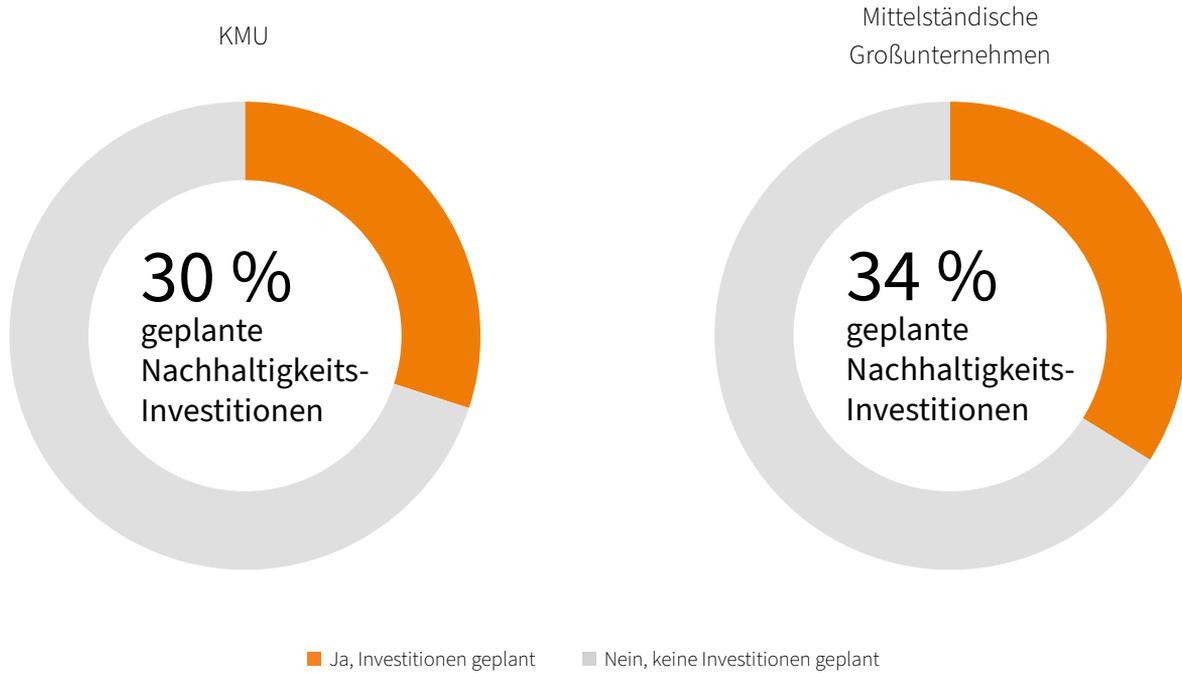
■ Budget geplant

■ Kein Budget

*alle Angaben in %

Im Bereich der Nachhaltigkeit sieht es so aus, als könnten in naher Zukunft keine großen Sprünge gemacht werden. Zwei Drittel der mittelständischen Großunternehmen und 70% der KMUs geben an, keine Investitionen im Bereich Nachhaltigkeit zu planen. Am ehesten beabsichtigen die befragten Unternehmen, in nachhaltige Lieferketten zu investieren.

Einkaufsseitig geplante Investitionen im Bereich Nachhaltigkeit



Die Vermutung liegt nahe, dass die fehlende Investitionsbereitschaft eine Folge der Corona-Pandemie, von Lieferengpässen und wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist. Das Resultat sind fehlende Budgets, die für den digitalen Fortschritt, die Transformation zur nachhaltigen Lieferkette und den damit verbundenen wirtschaftlichen Erfolg essenziell sind.



Fazit

Die Ergebnisse des Einkaufsbarometers 2022 spiegeln die Vorjahresergebnisse in weiten Teilen wider. Die Studie zeigt, dass die Digitalisierung in mittelständischen Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nur sehr langsam voranschreitet und das Digitalisierungstempo zum Teil sogar rückläufig ist. Dabei trägt die digitale Transformation des Einkaufs maßgeblich dazu bei, Lieferketten transparenter und nachhaltiger zu machen.

Dieser Change-Prozess sollte besser heute als morgen angestoßen werden. Digitale Prozesse im Einkauf bilden die Grundvoraussetzung für die Umsetzung von CSR-Aspekten. Denn sie schaffen zum einen wichtige kapazitive Freiräume für Beschaffungsteams und zum anderen legen sie den Grundstein, um Nachhaltigkeitsziele aktiv in den Einkaufsprozess zu integrieren. Mit steigenden Anforderungen aus der Gesellschaft, gesetzlichen Vorgaben oder globalen, wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen und den daraus resultierenden Versorgungsengpässen sowie instabilen Lieferketten kann der Einkauf zum aktiven Gestalter der zukünftigen Ausrichtung von Unternehmen werden.

Und obwohl das Bewusstsein für die Relevanz von Digitalisierung und Nachhaltigkeit vorhanden ist und sie oft ganz oben auf der Agenda stehen, folgen in mittelständischen Unternehmen noch zu wenig Taten. Das zeigen auch die Ergebnisse aus den Vorjahresstudien und des Einkaufsbarometers 2022: Der Fokus ist klar, bei der Umsetzung hapert es. Mit Blick auf die aktuelle Wirtschafts- und Rechtslage bleibt jedoch keine Zeit für stockende Transformationsprojekte. Sie sind von der Kür zur Pflicht in der Beschaffung geworden. Das Credo muss lauten: Die Einkaufsdigitalisierung jetzt umsetzen, um im nächsten Schritt nachhaltige Lieferketten gewährleisten zu können.

Nachhaltigkeit im Einkauf wird von der Kür zur Pflicht



Beschaffungsorganisationen formen die Weiterentwicklung ihres Unternehmens durch die gegebenen Herausforderungen der Märkte maßgeblich mit. Aus dieser Schlüsselrolle heraus, entstehen in der Digitalisierung schnellere Fortschritte und die Maßnahmen zur Nachhaltigkeit werden leichter messbar.

Gunnar Schmidt | Bundesvorstand Mittelstand | BME



Das will der Mittelstand:

- ✓ 100% Projekterfolg
- ✓ Schnellste Projektimplementierung
- ✓ Bestes Preis-Leistungsverhältnis



”

Wir leben Mittelstand: Partnerschaftlich und schnell zum Erfolg bei voller Datensouveränität in Deutschland.

Frank Schmidt | CEO | Onventis

Sie haben Fragen zur Studie?

Kontaktieren Sie uns!

Onventis Marketing

Telefon: +49 711 / 686875 - 58

E-Mail: marketing@onventis.de