



DIE SPEND ANALYSE IM INDIREKTEIN EINKAUF:

Chancen und Umsetzung

Warum eine Spend Analyse im indirekten Einkauf entscheidend ist?

Bis zu 25 % der Unternehmensausgaben entfallen auf den indirekten Einkauf – doch viele Unternehmen lassen hier erhebliche Einsparungspotenziale ungenutzt. Eine gezielte Spend Analyse hilft, Kosten zu senken, Prozesse zu optimieren und Transparenz zu schaffen. In dieser Ausgabe erfahren Sie, wie Sie mit einer professionellen Analyse Ihren Einkauf strategisch ausrichten und langfristig Wettbewerbsvorteile sichern.



Bereich	Warengruppe	Ø HANSBECKER Savings	Projektlaufzeit Umsetzung
Logistik	Land/Luft/See	18 %	6 Monate
C-Teile	Verpackungen	19 %	3 Monate
Services	Travel Management	14 %	6 Monate
Facility	Reinigung	21 %	3 Monate
IT/TK	Mobile	24 %	3 Monate

Auszug aus Studie HANSBECKER: "Savings in Indirect Procurement"

Ein professionell geführter Einkauf leistet einen signifikanten Beitrag zum Unternehmenserfolg. Insbesondere in Krisenzeiten ist eine optimal strukturierte Kostenbasis entscheidend, um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Die drei Erfolgsfaktoren für eine nachhaltig erfolgreiche Beschaffungsstrategie:

1. Transparenz: Die Basis für fundierte Entscheidungen

Wer seine Kosten- & Bedarfsstrukturen kennt, kann gezielt optimieren. Eine vollständige und gut strukturierte Datengrundlage ist die Voraussetzung, um Preisvorteile zu nutzen, Budgets gezielt einzusetzen und ineffiziente Prozesse zu identifizieren.

2. Fachwissen & digitale Tools: Effizienz steigern

Der indirekte Einkauf umfasst rund 50 Commodities mit unterschiedlichen Marktbedingungen. Neben Fachwissen sind moderne Analysetools und digitale Lösungen essenziell, um Einsparungen zu realisieren und Prozesse effizient zu gestalten.

3. Veränderungsbereitschaft: Agilität als Erfolgsfaktor

Die Märkte verändern sich rasant. Unternehmen, die flexibel auf neue Anforderungen reagieren, können Einsparpotenziale schneller nutzen. Ein strategischer Einkauf braucht daher eine dynamische und proaktive Vorgehensweise.

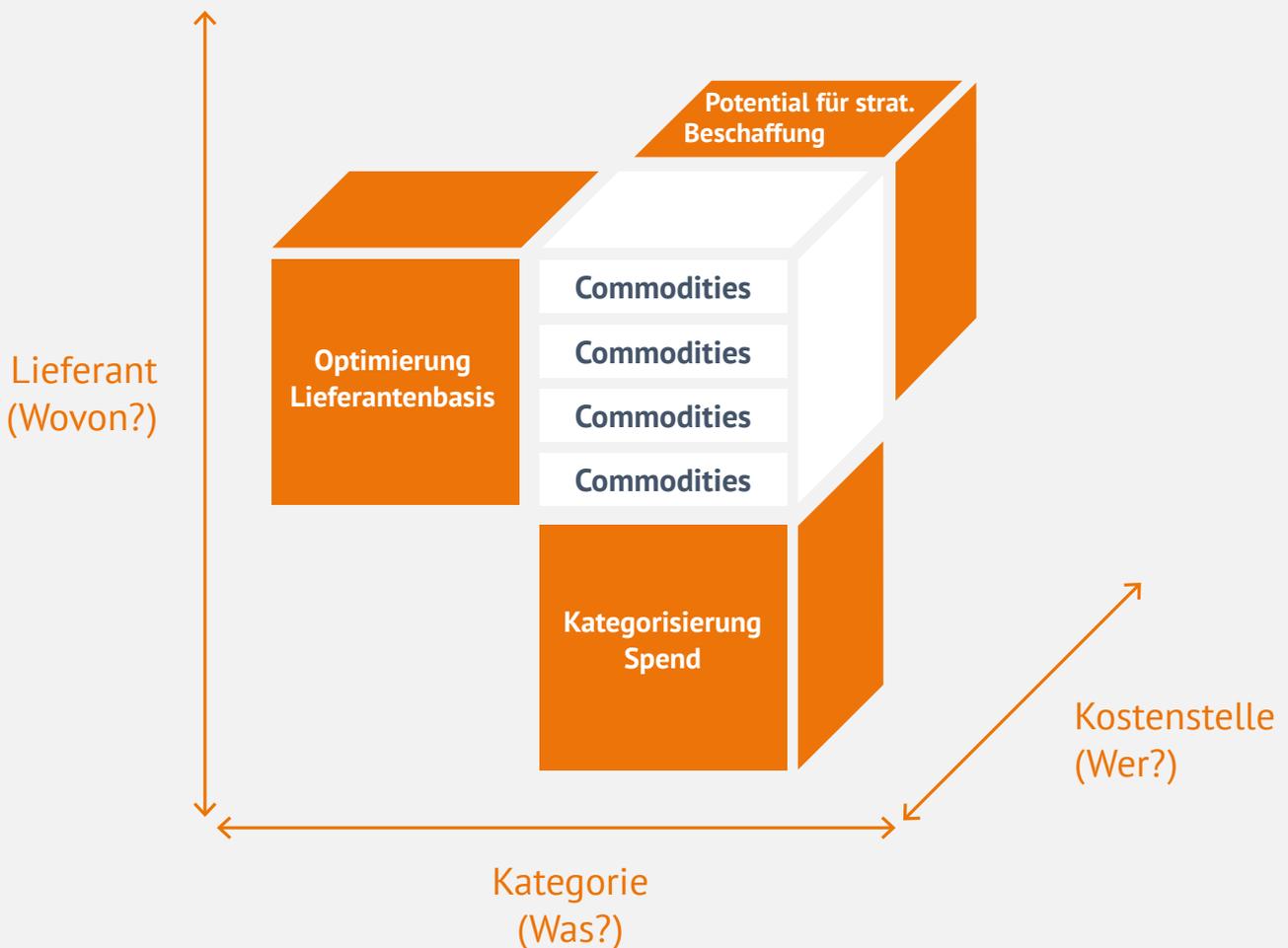
Leider gelingt es vielen Unternehmen nicht, diese drei Erfolgsfaktoren dauerhaft zu erfüllen. Dadurch bleiben wertvolle Potenziale im Einkauf ungenutzt, die den Wertbeitrag zum Unternehmenserfolg erheblich steigern könnten.

Die HANSBECKER Spend Analyse: Der Weg zu Ihrem SpendIQ - Indirects

Die Spend Analyse im indirekten Einkauf stellt Unternehmen vor besondere Herausforderungen, da die Datenlage oft fragmentiert ist und im ERP eine exakte Commodity-Zuordnung fehlt. Dieser Artikel beschreibt eine strukturierte Vorgehensweise zur Durchführung einer Spend Analyse, von der Datenerhebung bis zur Ableitung einer strategischen Roadmap.

1. Erstellung eines Spend Cubes

Der klassische Spend Cube bildet die Grundlage der Analyse auf Basis ERP-Auszug eines Wirtschaftsjahres auf Einzelbuchungsebene.



Clustern nach Commodities

Eine präzise Zuordnung zu den Commodities ist essenziell. Hohe Maverick-Buying-Quoten oder ein großer Tail Spend können die Klassifizierung erschweren. Der Einsatz spezieller Tools kann die Zuordnung verbessern und ineffiziente Schwachstellen aufzeigen.

Clustern nach Supplier

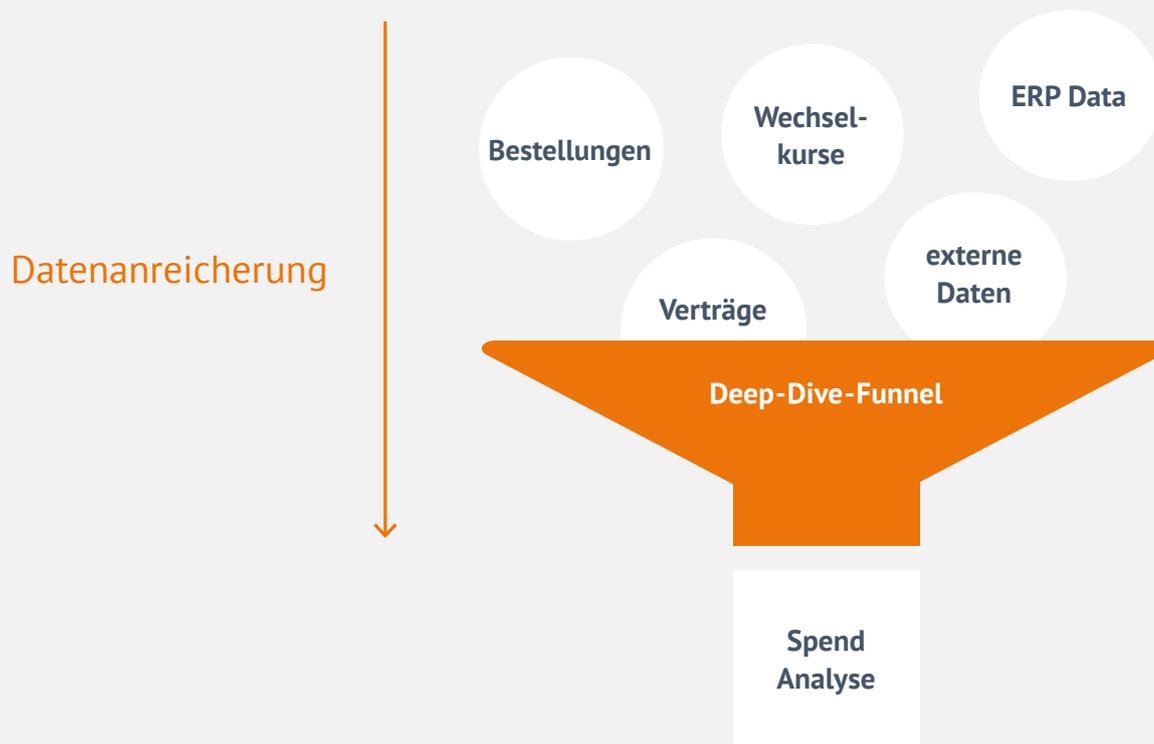
Lieferanten sind in ERP-Systemen häufig unter verschiedenen Namen angelegt. Eine Bereinigung der Daten verhindert Fehleinschätzungen.

Clustern nach Bedarfsträger

Die Identifikation interner Stakeholder ist entscheidend für die spätere erfolgreiche Umsetzung von Maßnahmen. Gerade im indirekten Einkauf ist diese Zuordnung oft nicht sofort ersichtlich.

2. Erweiterung des Spend Cubes um relevante Dimensionen – Deep Dive

Aufgrund der unvollständigen Datenlage im indirekten Einkauf ist eine Anreicherung der Daten durch weitere Quellen notwendig.



Um eine fundierte Analyse zu ermöglichen, müssen weitere Leistungs-, Qualitäts- und Servicefaktoren berücksichtigt werden:

Verträge

Viele indirekte Beschaffungen erfolgen dezentral; Vertragsmanagement-Tools werden oft nicht genutzt. Eine Transparenz über bestehende Verträge herzustellen kann daher aufwendig sein. Achtung: Nicht für alle Commodities sind Verträge üblich.

Externe Datenquellen

Ergänzende Informationen von Lieferanten, Verbrauchsdaten von Bedarfsträgern oder aus eingesetzten Sub-Systemen können bestehende Datenlücken schließen. Indizes (z.B. Rohstoffe, Containerpreise, Kraftstoffe) und Wechselkurse können zur Analyse einzelner Commodities notwendig sein.

SLAs, Leistungsbeschreibungen und Commodity-bezogene Informationen

Die bislang aufbereiteten Daten reichen nicht aus, eine professionelle Analyse inkl. seriösem Benchmarking durchzuführen. Leistungszahlen, Serviceanforderungen und individuelle Qualitäten beeinflussen das Pricing und die Lieferantenauswahl erheblich. Informationen hierzu können durch weitere Recherchen, Interviews, Datenblätter, usw. ermittelt werden.

Beschaffungsprozesse

Im indirekten Einkauf müssen allgemeine und Commodity-spezifische Sub-Prozesse unterschieden werden. Allgemeine Beschaffungsprozesse sind i.d.R. dem direkten Einkauf untergeordnet und werden bereits gut durch vorhandene Strukturen und Tools unterstützt.

Commodity-bezogene Sub-Prozesse, die individuell aufgesetzt werden sollten, liefern langfristig transparente Daten insbesondere zu Service- und Leistungsmerkmalen. Der Markt bietet dazu eine Vielzahl individueller Lösungen, mit denen professionelle Dienstleister bereits arbeiten.

Beispiel Agenturleistungen im Marketing: Die grundsätzliche Beauftragung erfolgt über standardisierte Abläufe und POs. Sind jedoch z.B. monatliche Retainer für turnusgemäße Aufgaben vereinbart, können Ticketsysteme Transparenz über die einzelnen Bedarfe liefern.



Benötigen Sie Hilfe bei der Auswahl geeigneter Tools um Ihre Beschaffungsprozesse zu optimieren? Gerne beraten wir Sie.

Individuelle Prämissen der internen Stakeholder

Veränderungen im indirekten Einkauf scheitern häufig an unzureichender Kommunikation mit den Bedarfsträgern. Eine frühzeitige Einbindung ist daher essenziell.

Unternehmensziele und Vorgaben

Optimierungen im Einkauf sollten sich an Unternehmenszielen, Budgetvorgaben und strategischen Beschaffungsrichtlinien orientieren. Themen wie Nachhaltigkeit können durch den indirekten Einkauf aktiv beeinflusst werden.

3. Analysen

Basierend auf den gewonnenen Daten können verschiedene Analysen durchgeführt werden. Hier eine Auswahl. An erster Stelle steht dabei eine ABC-Analyse der Kostenvolumen der Commodities.

Konditionen Check

Durch eine fundierte Marktkenntnis und Fachwissen können Konditionen bewertet und realistische Benchmarks gesetzt werden. Dabei ist die Anpassung an den individuellen Unternehmenskontext essenziell.

Commodity-spezifische KPIs

Die Auswahl relevanter KPIs ist individuell. Beispielsweise sind Leistungskennzahlen in der Reinigung, Zuschläge in der Logistik oder Faktoren in der Zeitarbeit von Bedeutung.

Maverick-Buying-Quoten

Diese Analyse zeigt unstrukturierte und ineffiziente Einkaufsprozesse auf und gibt Aufschluss über unkontrollierte Ausgaben sowie potentiell ineffiziente Prozesse.

Vertragsquote

Eine hohe Vertragsquote kann Vorteile bieten, ist jedoch nicht für jede Commodity zwingend erforderlich. Die Beschaffungsstrategie hat wesentlichen Einfluss auf die Vertragsquote (zentral-dezentral, Single-Sourcing-Ansatz).

Bedarfsanalysen

Für eine strategische Planung müssen zukünftige Bedarfe frühzeitig identifiziert und mit internen Stakeholdern/ Vertrieb abgestimmt werden.



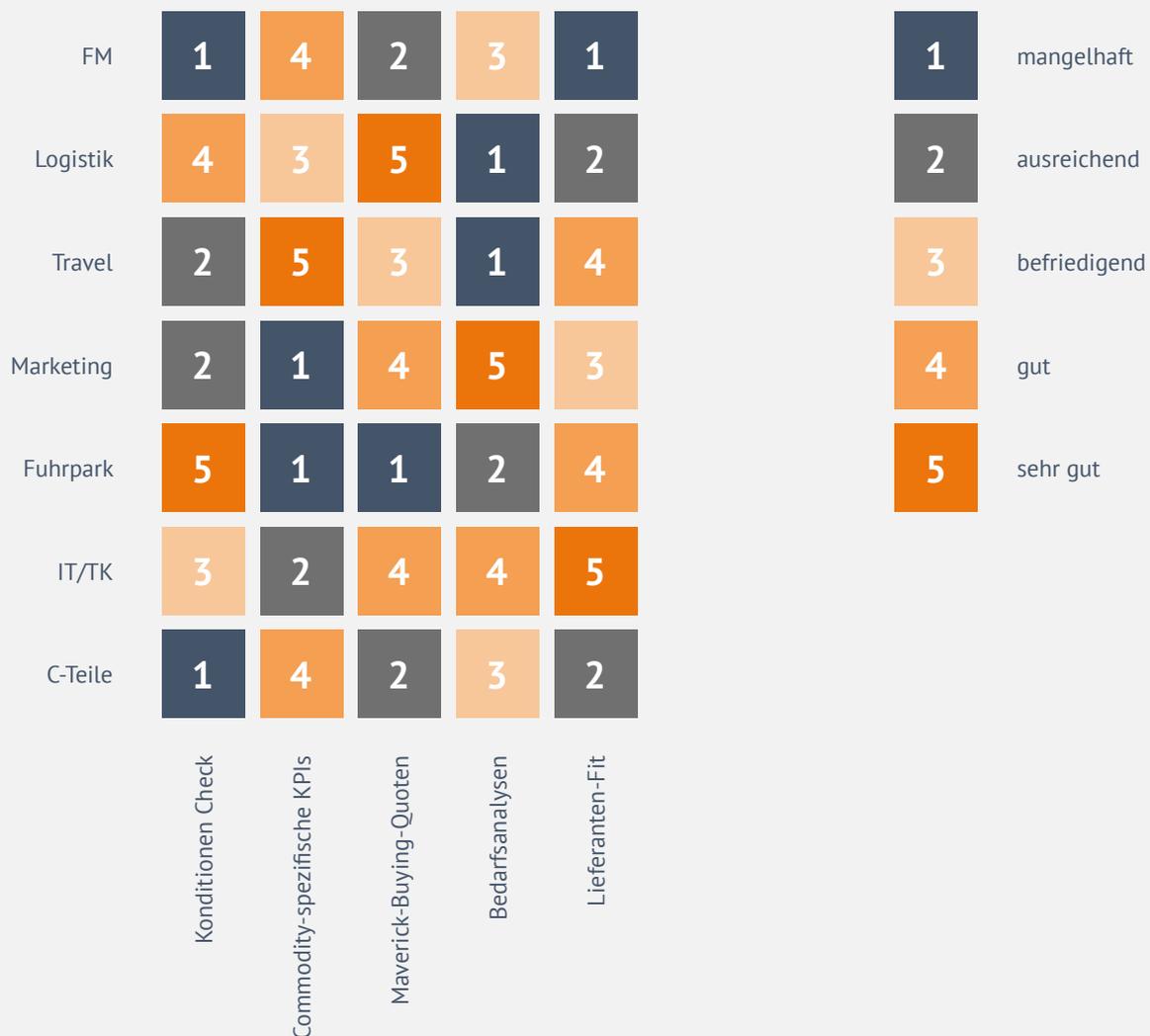
Wenn Sie hier Hilfe zur Bewertung benötigen, sprechen Sie uns gerne an.

Lieferanten-Fit

Unternehmen neigen dazu, an bestehenden Dienstleistern und Systemen festzuhalten, ohne die Passgenauigkeit zu überprüfen. Eine regelmäßige Marktanalyse kann helfen, innovative Entwicklungen frühzeitig zu identifizieren und davon zu profitieren – auch in Zusammenarbeit mit Bestands-Dienstleistern.

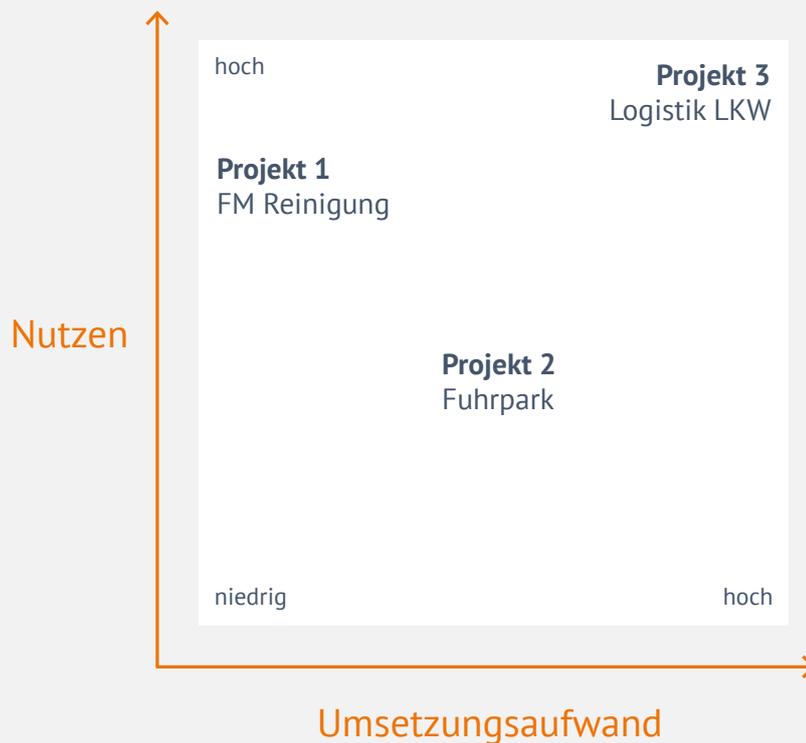
4. SpendIQ – Bestandsaufnahme des Status quo

Die vorgenannten Analyseschritte führen zu einer umfassenden Bewertung des aktuellen Zustands im indirekten Einkauf – dem „SpendIQ – Indirects“. Eine Heatmap-Analyse kann helfen, Stärken und Schwächen je Commodity auf einer Skala von 1–5 zu visualisieren.



5. Roadmap

Auf Basis des ermittelten SpendIQs sollten kurz-, mittel- und langfristige Optimierungsmaßnahmen abgeleitet werden. Dabei ist es nicht das Ziel, in allen Bereichen die maximale Punktzahl zu erreichen, sondern strategisch sinnvolle Projekte mit optimalem Kosten-Nutzen-Verhältnis umzusetzen.



Exemplarische Einordnung der Teilprojekte/ Relation: „Umsetzungsaufwand“ vs. „Nutzen“

6. Fazit

Eine systematische Spend Analyse ermöglicht es Unternehmen, den indirekten Einkauf transparenter, effizienter und strategisch ausgerichtet zu gestalten. Durch eine datenbasierte Vorgehensweise und die Einbindung relevanter Stakeholder können Einsparpotenziale realisiert und nachhaltige Beschaffungsstrategien entwickelt werden.

Nutzen einer Spend Analyse im indirekten Einkauf

Eine umfassende Spend Analyse im Bereich des indirekten Einkaufs kann Unternehmen dabei unterstützen, ungenutzte Potenziale zu identifizieren und gezielt zu heben. Zu den Ergebnissen einer solchen Analyse gehören:

- Transparenz über die Kostenstrukturen, Vertragslagen und Prämissen der Commodities
- Benchmarking zur Messung der eigenen Position im Markt
- Identifikation von Einsparpotenzialen, die bislang ungenutzt bleiben
- Bewertung von P2P-Prozessen und Nutzung digitaler Lösungen zur Effizienzsteigerung
- Ableitung und Priorisierung von Maßnahmen für die kommenden drei Jahre

Ihr nächster Schritt: Nutzen Sie Ihre Potentiale! Optimieren Sie Ihren indirekten Einkauf und steigern Sie Ihre Kosteneffizienz. Kontaktieren Sie uns für eine unverbindliche Erstberatung:

Telefonisch unter **0049 89 6665830**, per **Mail** oder buchen Sie Ihren Termin direkt **[hier](#)**.



HANSBECKER - Ihr Partner für eine effiziente Einkaufsstrategie

Als inhabergeführtes Unternehmen unterstützt HANSBECKER seit über 25 Jahren mittelständische Einkaufsorganisationen dabei, den indirekten Einkauf weiterzuentwickeln und zu professionalisieren. Bei über 520 Kunden konnten in dieser Zeit neben durchschnittlich 14% Savings deutliche Zugewinne an Effizienz und Transparenz für die jeweiligen Einkaufsorganisationen umgesetzt werden. Als Spezialanbieter für den indirekten Einkauf fokussieren wir uns klar auf Themen, für die wir unseren Kunden ein absolutes Service- und Qualitätsversprechen garantieren können. Dabei setzen wir auf pragmatische und zuverlässige Weise für den Kunden wirtschaftlich sinnvolle und technisch machbare Lösungen um.