

amazon **business**

# Die **Zukunft der Beschaffung** neu definiert

Wie europäische Beschaffungsteams indirekte Ausgaben gezielt steuern, um Effizienzpotenziale zu realisieren und ihre Budgetvorgaben zu übertreffen.

Weiterlesen



# Inhalt

- 03** Einführung
- 04** Wichtige Erkenntnisse
- 05** Die Herausforderungen bei der Neugestaltung der Beschaffung
- 08** Eine neue Ära der digitalen Innovation in der Beschaffung
- 14** Das Potential der KI-gestützten Echtzeit-Datenanalyse
- 19** Wie Online-Marktplätze die Beschaffung neu gestalten
- 24** Fazit
- 25** Über Amazon Business
- 26** Methodik



## Einführung

Die Beschaffung spielt eine zentrale Rolle für den erfolgreichen Betrieb von Unternehmen und die Leistungsfähigkeit ihrer gesamten Lieferkette. Das Arbeitsumfeld wird jedoch immer schwieriger, da die Budgets weniger stark steigen als die Inflationsrate. Gleichzeitig stehen die Teams unter dem Druck, mit weniger Ressourcen mehr zu leisten.

Auf der Suche nach Kosteneinsparungen zur Verbesserung der Gewinnmargen setzen Unternehmen zunehmend auf Programme, mit denen sich Ausgaben gezielt planen und verwalten lassen. Solche Programme sind zwar noch nicht flächendeckend eingeführt, gewinnen jedoch bei innovativen Unternehmen – sowohl großen als auch kleinen – zunehmend an Bedeutung. Wenn Unternehmen bisher unregelmäßige indirekte Ausgaben gezielt managen, eröffnen sich neue Möglichkeiten für mehr Transparenz und Kontrolle.

Die Umfrage „Die Zukunft der Beschaffung neu definiert“ untersucht die Herausforderungen, denen Unternehmen in der aktuellen Lage gegenüberstehen, und wie sich das Beschaffungswesen daran anpasst.

Auf Basis von Antworten von mehr als 500 Beschaffungsfachleuten aus Großbritannien, Deutschland, Spanien, Italien und Frankreich liegt der Schwerpunkt auf nicht-produktionsbezogenen Ausgaben als bislang ungenutztem Potenzial.

Alle Befragten waren in ihrem Unternehmen an Entscheidungsprozessen beteiligt, ein Drittel von ihnen als leitende Entscheidungsträger (z. B. Betriebsleiter, Einkaufsleiter), fast die Hälfte als Teil des Entscheidungsteams (z. B. Vertragsmanager). Der Rest bezeichnete sich selbst als wichtige Einflussnehmer.

Viele Unternehmen nutzen mittlerweile Online-Marktplätze als effizientere Option für die Umsetzung von Programmen zur Ausgabenverwaltung. Sie ermöglichen es der Beschaffung, Ausgaben besser zu kontrollieren und gleichzeitig Kosteneinsparungen und betriebliche Effizienz innerhalb der Beschaffungsfunktion und darüber hinaus zu erzielen.

Durch Echtzeit-Datenanalysen und die zunehmende Verbreitung künstlicher Intelligenz (KI) gewinnt die Beschaffung darüber hinaus immer mehr wichtige Erkenntnisse, um solche Ausgaben effektiver zu verwalten.

Unternehmen und Beschaffungsteams müssen entscheiden, worauf sie sich in den kommenden Jahren konzentrieren wollen, um in einem schwierigen Handelsumfeld erfolgreich zu sein. Wir hoffen, dass dieser Bericht Ihnen wertvolle Einblicke gewährt und Sie auf diesem Weg unterstützt.

**Amazon Business**

## Die wichtigsten Ergebnisse

# 1,2 %



beträgt der durchschnittliche prozentuale Anstieg der Beschaffungsbudgets – und lag damit in 4 von 5 untersuchten EU-Ländern unter der Inflationsrate.

# 53 %



der Beschaffungsfachleute sehen die Dauer, die Lieferanten für Angebote und Vorschläge brauchen, als Herausforderung bei Ausschreibungen.

# 36 %



der Unternehmen möchten die Anzahl ihrer Lieferanten reduzieren.

# 60 %



der Unternehmen verwalten mehr als die Hälfte ihrer nicht produktionsbezogenen Ausgaben und zeigen damit erhebliche Fortschritte bei der Ausgabenkontrolle.

# 18 %



der Unternehmen wollen Ausschreibungen reduzieren.

# 28 %



der Unternehmen nutzen KI-gestützte Tools zur Ausgabenanalyse, um die Transparenz und Kontrolle zu verbessern.

# 85 %



der Unternehmen nutzen zumindest zeitweise Online-Marktplätze für die Ausgabenverwaltung.

# 35 %



der Unternehmen planen, in den nächsten fünf Jahren verstärkt Online-Marktplätze zu nutzen.

“

In der aktuellen Lage nehmen die Teams zunehmend auch Bereiche in den Blick, die sie bisher ausgeklammert hatten, da ihre Prioritäten bislang auf anderen Projekten lagen.“

**Michael Lewis**

Professor of Operations and Supply Management, University of Bath School of Management

“

Wenn Sie keinen klaren Überblick über Ihre Ausgaben und Lieferanten haben, fehlt die Basis für eine wirksame Steuerung.“

**Suraj Naik**

Group Procurement Director, Capita

# Die Herausforderungen bei der Neugestaltung der Beschaffung

In den vergangenen Jahren waren Unternehmen mit Herausforderungen konfrontiert, die zuvor kaum vorstellbar waren. Die globale Pandemie, Lieferkettenstörungen durch die geopolitische Lage in Osteuropa, der Aufstieg von KI und zuletzt die Unsicherheit hinsichtlich Handelsabkommen haben das Umfeld grundlegend verändert.

Die Arbeit der Beschaffungsabteilungen ist dadurch unberechenbar geworden, sodass traditionelle Ansätze zum Ausgabenmanagement überdacht werden müssen. „Die Unsicherheit erhöht die Kosten in allen Bereichen“, erklärt Michael Lewis, Professor of Operations and Supply Management an der University of Bath School of Management. „Beschaffungsteams müssen heute Standorte und geopolitische Aspekte in einer Weise berücksichtigen, wie es vor fünf Jahren noch nicht der Fall war.“

“

Die Unsicherheit erhöht die Kosten in allen Bereichen. Beschaffungsteams müssen heute Standorte und geopolitische Aspekte in einer Weise berücksichtigen, wie es vor fünf Jahren noch nicht der Fall war.“

**Michael Lewis**

Professor of Operations and Supply Management,  
University of Bath School of Management



Steigende Rohstoffpreise, die Sicherstellung stabiler Lieferketten und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit rücken die Beschaffung zunehmend in den Mittelpunkt. Allerdings gibt es laut Suraj Naik, Group Procurement Director beim Outsourcing- und Professional-Services-Unternehmen Capita, einen Haken.

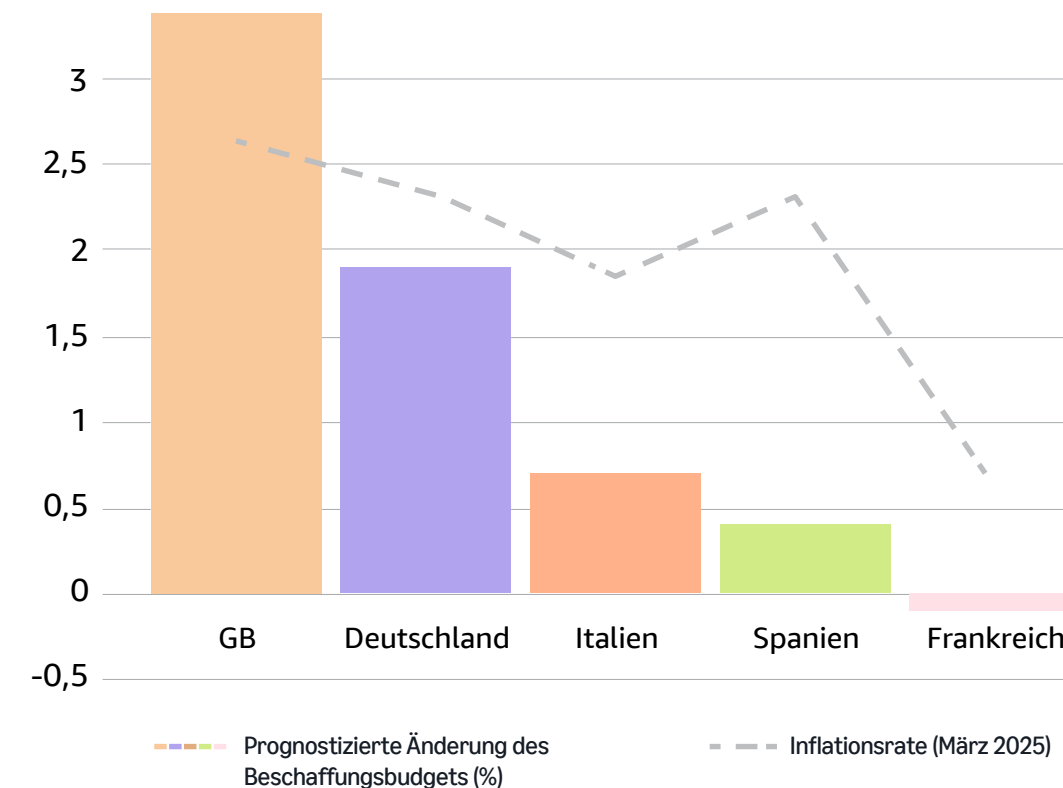
„Die Anforderung, mit weniger mehr zu erreichen, hat – zusammen mit anderen Herausforderungen – spürbare Auswirkungen auf die zentralen Unternehmensfunktionen“, erklärt er. „Es besteht ein erheblicher Druck, den Wert zu steigern und Kosten zu senken, doch wir müssen

dies mit den Risiken in Einklang bringen.“

Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen, wie Beschaffungsabteilungen mit dieser Situation umgehen. Positiv ist, dass die Befragten davon ausgehen, dass die Beschaffungsbudgets in diesem Jahr steigen werden – im Durchschnitt um 1,2 %. Dieser Anstieg liegt jedoch in vier der fünf untersuchten Länder unter der Inflationsrate und stellt nur in Großbritannien einen realen Anstieg dar. Diese Budgetbeschränkung veranlassen viele Unternehmen dazu, nach effizienteren Möglichkeiten zur Verwaltung ihrer Ausgaben zu suchen, insbesondere für nicht-strategische Kategorien.

## In den meisten Ländern liegen die Änderungen des Beschaffungsbudgets unter der Inflationsrate

*Inwieweit erwarten Sie, dass sich Ihre Beschaffungsbudgets im nächsten Geschäftsjahr verändern werden?*



## Beschaffungsteams müssen mit weniger Ressourcen mehr erreichen

Neue Projekte sind der häufigste Grund für Budgeterhöhungen. 65 % der Befragten gaben dies als Grund an, gefolgt von Technologie-Upgrades (56 %). Das Gespenst der Inflation geht jedoch nach wie vor um: 48 % nennen sie als Grund, und 45 % verweisen auf die Preiserhöhungen von Lieferanten. Unternehmen in Spanien und Deutschland nennen die Inflation am häufigsten als Problem, und zwar 56 % der Unternehmen in beiden Ländern, was die Notwendigkeit von Lösungen für die Ausgabenverwaltung noch deutlicher macht.

Allerdings sehen nicht alle Unternehmen Anstiege im Budget. Während die Mehrheit (53 %) einen Anstieg der Beschaffungsbudgets erwartet, sind die Hauptgründe für Kürzungen der Beschaffungsbudgets der Kostendruck, der durch den Wettbewerb zwischen Lieferanten entsteht, die Amortisierung von Investitionen in Beschaffungstechnologie und die angespannte Marktlage. Diese Faktoren erfordern von den Beschaffungsabteilungen, mit weniger Ressourcen mehr zu erreichen. „Die Ziele sind anspruchsvoller, aber die Investitionen in Beschaffungswerkzeuge geringer“, erklärt Samantha Rousselle, Global Category Specialist, Business

Services, beim multinationalen Verpackungsunternehmen DS Smith.

„Es wird auch weniger in externe Schulungen investiert, sodass ein Großteil der Weiterbildung am Arbeitsplatz stattfindet. Gleichzeitig werden Dinge, die zuvor als Kostenvermeidung galten, wie etwa die Bewältigung des Inflationsdrucks, nicht mehr als Einsparung betrachtet. Es wird deutlich mehr Wert auf den direkten Ergebnisbeitrag gelegt, also auf messbare Einsparungen. Parallel steigen die Zielvorgaben kontinuierlich, während die Margen enger werden.“

Die Beschaffung stellt sich jedoch dieser Herausforderung. Fast die Hälfte (47 %) unserer Befragten gibt an, dass sie ihre Ziele weitgehend erreichen, und 40 % sagen, dass sie in einigen oder allen Bereichen überdurchschnittliche Leistungen erbringen. Bei mittelständischen Unternehmen steigt dieser Anteil auf 45 %.

Deutsche Unternehmen haben ihre Budgetziele am ehesten übertroffen: 48 % haben dies zumindest in einigen Bereichen geschafft. Im Vergleich dazu sind es 36 % der italienischen und nur 30 % der französischen Firmen.

45 %



der Unternehmen geben an, dass Preiserhöhungen der Lieferanten die Beschaffungsbudgets steigen lassen

48 %



der Unternehmen in Deutschland haben ihre Budgetziele übertroffen, gegenüber 30 % in Frankreich.

“

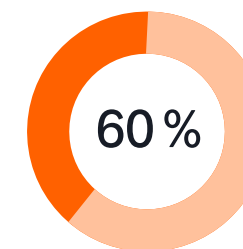
Es wird deutlich mehr Wert auf den direkten Ergebnisbeitrag gelegt, also auf messbare Einsparungen. Parallel steigen die Zielvorgaben kontinuierlich, während die Margen enger werden.“

**Samantha Rousselle**  
Global Category Specialist,  
Business Services, DS Smith

# Eine neue Ära der digitalen Innovation in der Beschaffung

Beschaffungsfunktionen reagieren auf aktuelle Herausforderungen mit verschiedenen innovativen Ansätzen, wobei ein neuer Schwerpunkt auf der Steuerung der nicht-produktionsbezogenen Ausgaben liegt. Dieser Bereich, in der Vergangenheit von der Beschaffung vernachlässigt, rückt nun zunehmend in den Fokus der Ausgabenoptimierung und -kontrolle.

Unsere Umfrage zeigt, dass dies mittlerweile für mehr als die Hälfte (52 %) der Unternehmen obligatorisch ist und 60 % mehr als die Hälfte ihrer nicht-produktionsbezogenen Ausgaben verwalten. Nur 4 % haben keine Maßnahmen für nicht-produktionsbezogene Einkäufe getroffen.



60 %  
der Unternehmen  
verwalten mehr als die  
Hälfte ihrer nicht-  
produktionsbezogenen  
Ausgaben.

## Verbesserung der Transparenz der Unternehmensausgaben

„In der aktuellen Lage nehmen die Teams zunehmend auch Bereiche in den Blick, die sie bisher ausgeklammert hatten, da ihre Prioritäten bislang auf anderen Projekten lagen“, sagt Lewis von der University of Bath. „Das ist schwieriger umzusetzen, da die Verwaltung kompliziert sein kann. Eine Möglichkeit, dies neu zu denken, ist, nicht nur die Kosten zu berücksichtigen.“

„Ausgaben nicht zu verwalten birgt viele Risiken, auch in Hinsicht auf Betrug. Es ist erstaunlich, wie viele seriöse Unternehmen immer noch Opfer von E-Mail-Betrugsmaschen werden.“

Traditionell werden nicht-produktionsbezogene Ausgaben häufig nicht von der Beschaffung kontrolliert, da sie große Mengen relativ geringwertiger Anschaffungen umfassen können. „Häufig ist diese Art der Beschaffung sehr dezentralisiert und verstreut“, erklärt Rousselle von DS Smith. „Die Transparenz kann ebenfalls eine Herausforderung darstellen. Ein Teil davon wird möglicherweise über ein Ausgabenverwaltungssystem sichtbar, jedoch können Artikel auch über Ausgaben oder Purchasing-Cards erworben werden.“

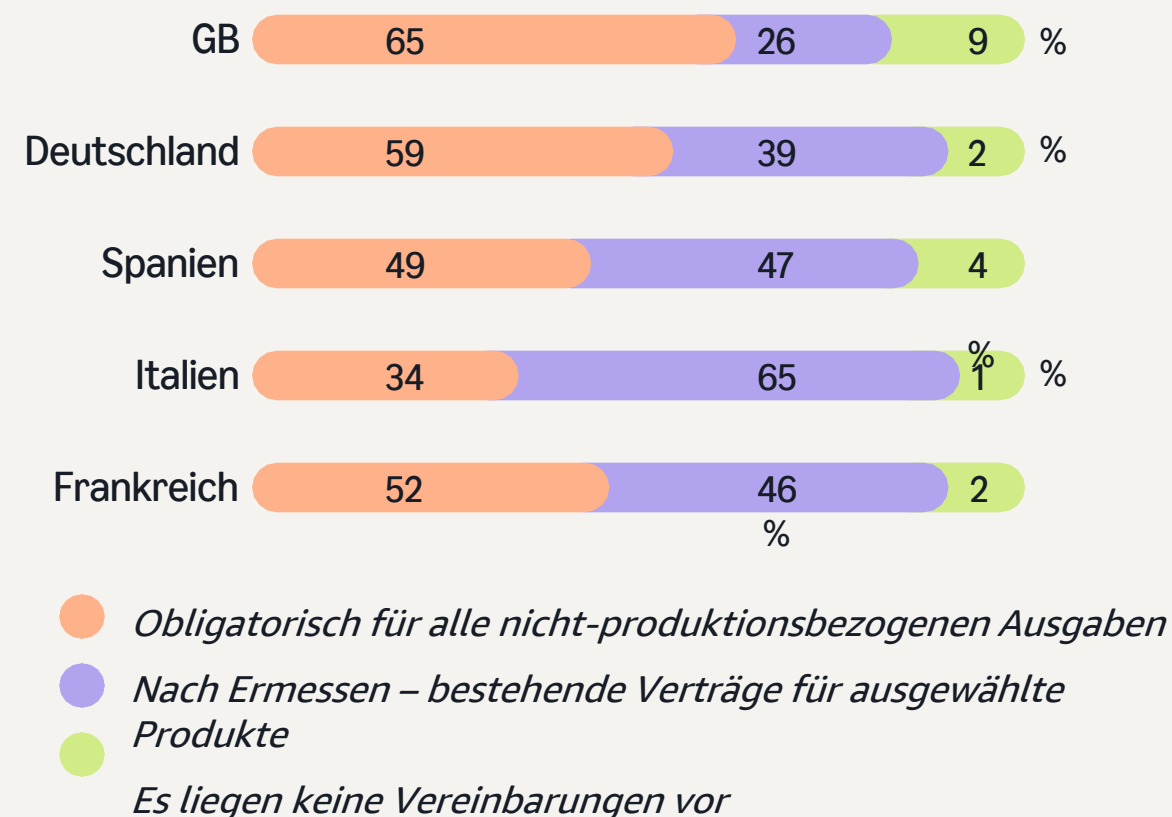
Eine unzureichende Kontrolle darüber, was das Unternehmen einkauft, kann zu Problemen führen. Es kann unklar sein, wofür die Ausgaben getätigt werden oder woher die Lieferanten stammen.

Unternehmen in Großbritannien und in Deutschland haben am ehesten die Verwaltung von nicht-produktionsbezogenen Ausgaben zur Pflicht gemacht, während dies in Italien weniger der Fall ist.



### Großbritannien ist führend bei der obligatorischen Ausgabenverwaltung

*Inwieweit verfügt Ihr Unternehmen über „Vertragsgeschäfte“ oder „Ausgabenverwaltungs“-Vereinbarungen mit Lieferanten, um Preise für häufig gekaufte nicht-produktionsbezogene Artikel (z. B. Bürobedarf, IT-Ausrüstung) zu verhandeln?*



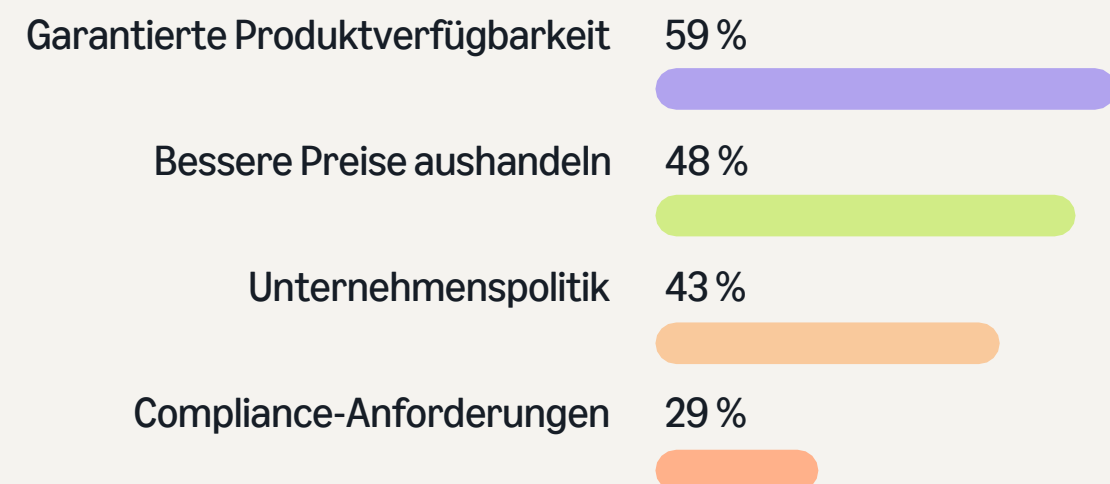
## Verbesserung der Transparenz der Unternehmensausgaben

*Was sind die Hauptgründe Ihres Unternehmens für die Einführung eines „Vertragsgeschäfts“ oder einer „Ausgabenverwaltung“?*

Javier Caravantes, Global Capex, IT, Marketing & Energy Procurement Director beim spanischen Freizeitparkbetreiber Parques Reunidos schätzt, dass sein Unternehmen Transparenz über etwa 60 % seiner nicht-produktionsbezogenen Ausgaben hat. Er räumt jedoch ein, dass der Anteil für den aktiv verwalteten Teil geringer ist. „Wenn wir uns die vertraglichen Vereinbarungen ansehen, ist der Anteil recht gering“, erklärt er. „Unser Unternehmen ist stark dezentralisiert. In den lokalen Geschäftseinheiten besteht eine deutlich höhere Transparenz.“

Immer mehr Unternehmen erkennen den Wert von Ausgabenmanagement. 38 % berichten von einem Anstieg bei nicht-produktionsbezogenen Ausgaben – bei mittelständischen Unternehmen sogar 44 %. Hauptgründe sind gesicherte Verfügbarkeit und bessere Verhandlungsmöglichkeiten.

### Warum der Schritt zur Ausgabenverwaltung?



“

Die höhere Akzeptanzrate bei mittelständischen Unternehmen lässt darauf schließen, dass diese besonders gut positioniert sind, um von Lösungen für die Ausgabenverwaltung zu profitieren. Aufgrund ihrer Größe verfügen sie häufig über die ideale Kombination aus Ausgabenvolumen und operativer Flexibilität, um solche Lösungen effektiv umzusetzen. Indem sie bisher nicht verwaltete Einkäufe in ein strukturiertes Ausgabenverwaltungsprogramm integrieren, erhalten diese Unternehmen nicht nur eine bessere Transparenz über ihre Ausgabenmuster, sondern können ihre Kaufkraft konsolidiert nutzen, um bessere Konditionen mit Lieferanten auszuhandeln“.

**Markus Finkbeiner**  
Senior Category Adoption Manager, Amazon  
Business

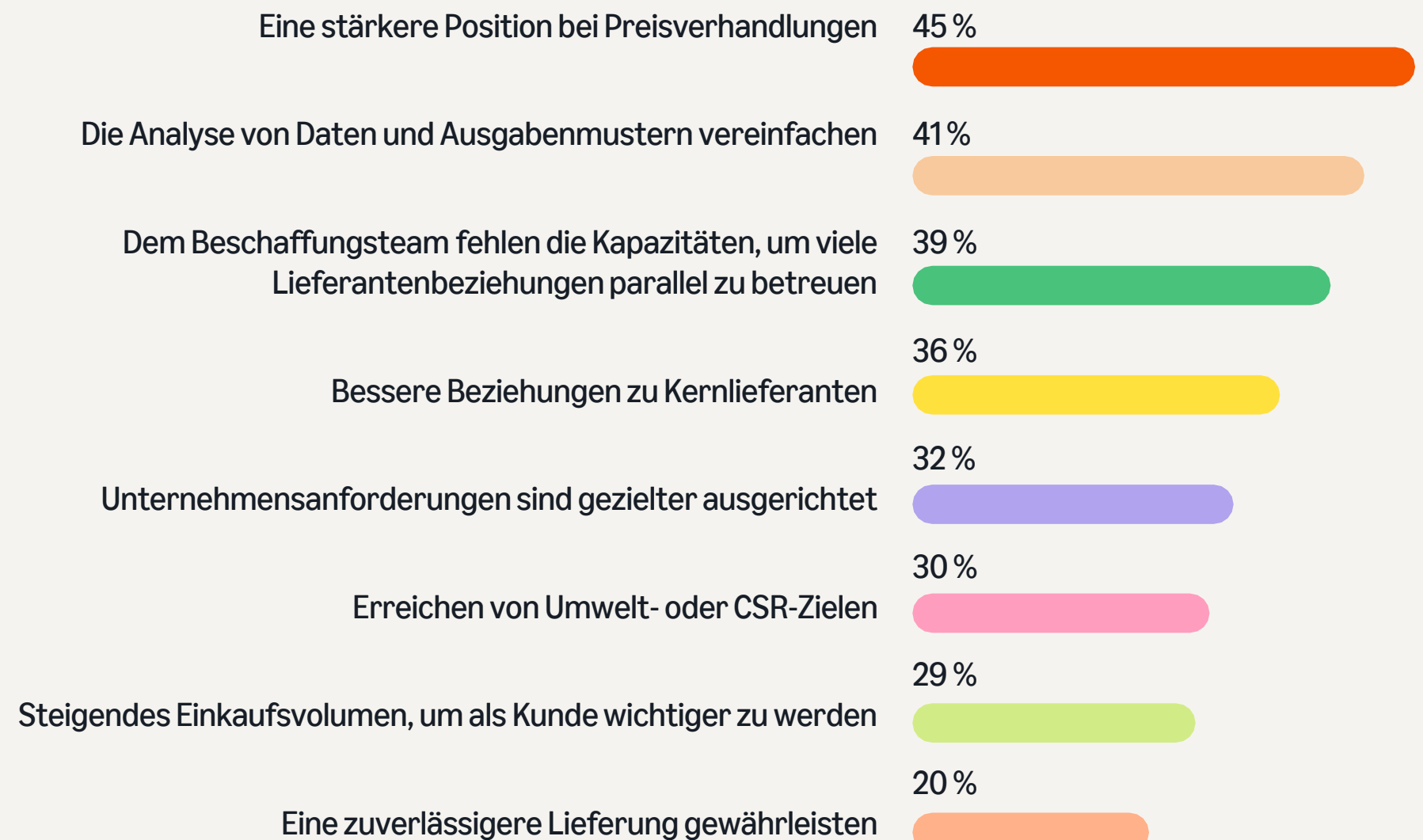
## Effizienzsteigerungen durch Lieferantenkonsolidierung

Neben der Umstellung auf eine Lösung zur Ausgabenverwaltung konsolidieren 36 % der Unternehmen die Anzahl ihrer Lieferanten, wobei dieser Anteil bei kleinen und mittleren Unternehmen auf 42 % ansteigt. Diese Konsolidierungsstrategie bietet mehrere Vorteile: Stärkung der Verhandlungsposition bei der Preisgestaltung, effektivere Ausgabenanalyse und Reduzierung des Verwaltungsaufwands für die Beschaffungsteams. Der Aspekt der Ressourcenoptimierung ist besonders wichtig für mittelständische Unternehmen, von denen jedes zweite ihn als einen der wichtigsten Faktoren identifiziert.



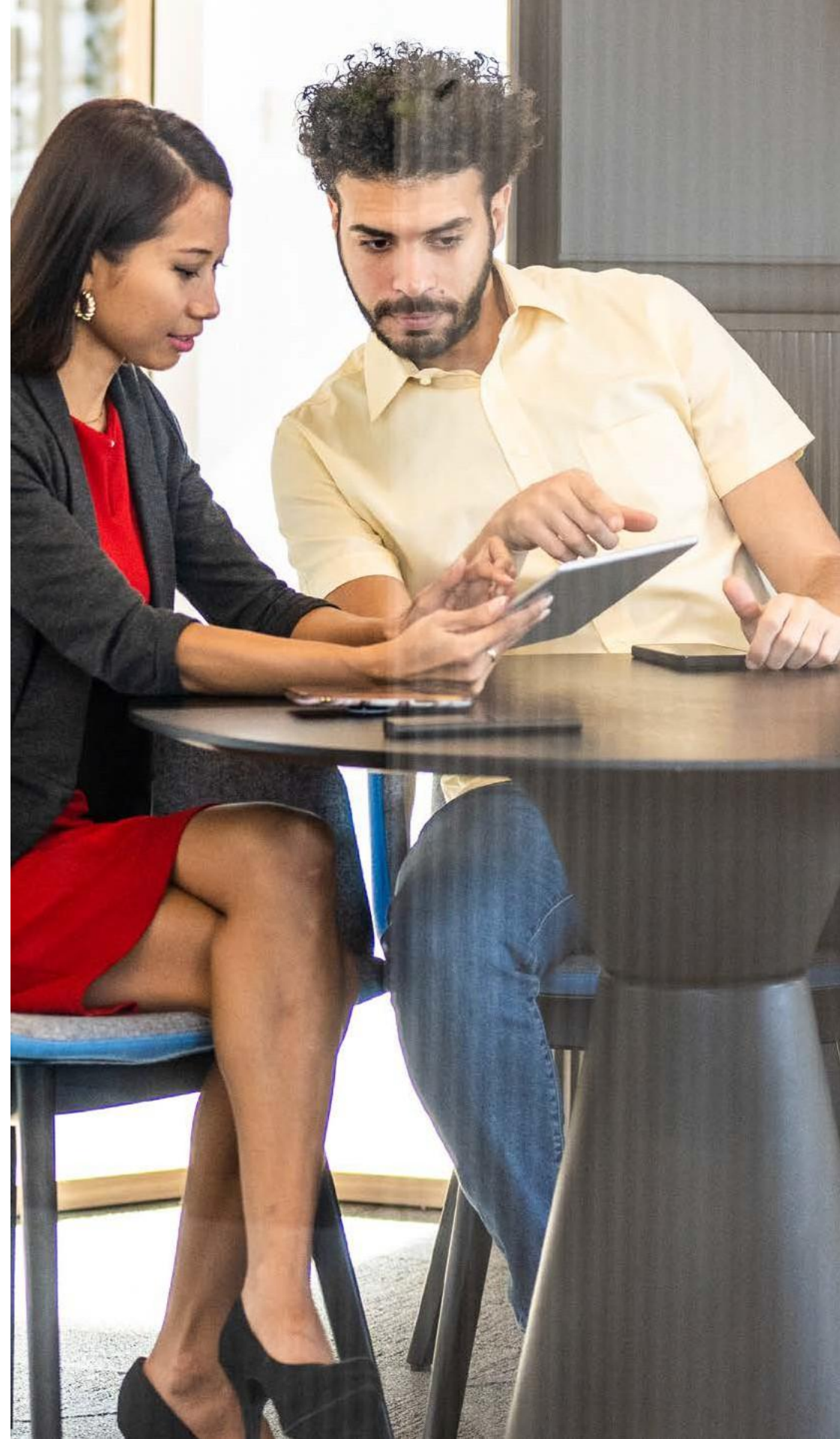
Warum Lieferanten konsolidieren? Unternehmen möchten ihre Position bei Preisverhandlungen stärken

*Welches sind die wichtigsten Gründe für die Konsolidierung der Lieferantenbasis Ihres Unternehmens?*



„Unser Ansatz besteht darin, unsere Lieferkette erheblich zu verkürzen“, erklärt Naik von Capita. „Im Bereich der Tail-Spend-Ausgaben gibt es etwa 17.000 Lieferanten, sodass es angesichts unseres Kostenvolumens zu riskant ist, einen so großen Anteil zu haben. Ein enormer Aufwand ist damit verbunden, und das nicht nur im Bereich der Beschaffung. Wir verfügen auch über eigene Onboarding- und Rechnungsstellungsprozesse.“

Eine geringere Anzahl von Lieferanten bietet auch das Potenzial, die Gesamtausgaben dadurch zu senken, dass Einkäufe in großen Mengen optimal genutzt werden. „Wenn wir überprüfen, von wem wir Bleistifte gekauft haben, stellen wir möglicherweise fest, dass wir bei fünf verschiedenen Lieferanten einkaufen und jeweils für nur sehr geringe Beträge,“ sagt Caravantes. „In diesem Fall besteht definitiv das Potenzial, Ausgaben zu konsolidieren und Preise zu senken.“



“

Wenn wir überprüfen, von wem wir Bleistifte gekauft haben, stellen wir möglicherweise fest, dass wir bei fünf verschiedenen Lieferanten einkaufen und jeweils für nur sehr geringe Beträge. In diesem Fall besteht definitiv das Potenzial, Ausgaben zu konsolidieren und Preise zu senken.“

**Javier Caravantes**  
Global Capex, IT, Marketing & Energy  
Procurement Director, Parques Reunidos

## Ausschreibungsprozesse im digitalen Zeitalter neu denken

Eine zentrale Herausforderung für Unternehmen, die ihre Ausgaben besser verwalten und Lieferanten konsolidieren möchten, ist der aufwendige Ausschreibungsprozess. „Eine langwierige Ausschreibung kann bis zu sechs Monate in Anspruch nehmen, wobei eine Person 20 % oder 25 % ihrer Arbeitszeit dafür aufwendet“, erklärt Caravantes. „Eine aktuelle Ausschreibung beanspruchte mein Team fünf bis sechs Monate und rund ein Viertel meiner Arbeitszeit.“

Für Naik bieten neue Lösungen eine effizientere Möglichkeit, Ausgaben für nicht-produktionsbezogene Artikel zu steuern. „Ausschreibungen sind zeitaufwändig und erfordern eine sorgfältige Planung, wenn sie korrekt durchgeführt werden sollen“, erklärt er. „Statt zeitaufwändiger Ausschreibungen ist es sinnvoller, langfristige Partner zu finden und Ausgaben zu bündeln – so lassen sich bestimmte Kategorien über weniger Lieferanten steuern.“

Fast jedes fünfte Unternehmen (19 %) will sich von Ausschreibungen lösen und stattdessen auf Lösungen zur Ausgabenverwaltung setzen. Mehr als die Hälfte nennt den Aufwand für Angebote und Kostenvoranschläge als Problem, vier von zehn sehen die Lieferantensuche als Hürde – genau hier setzen Ausgabenverwaltungsplattformen an.

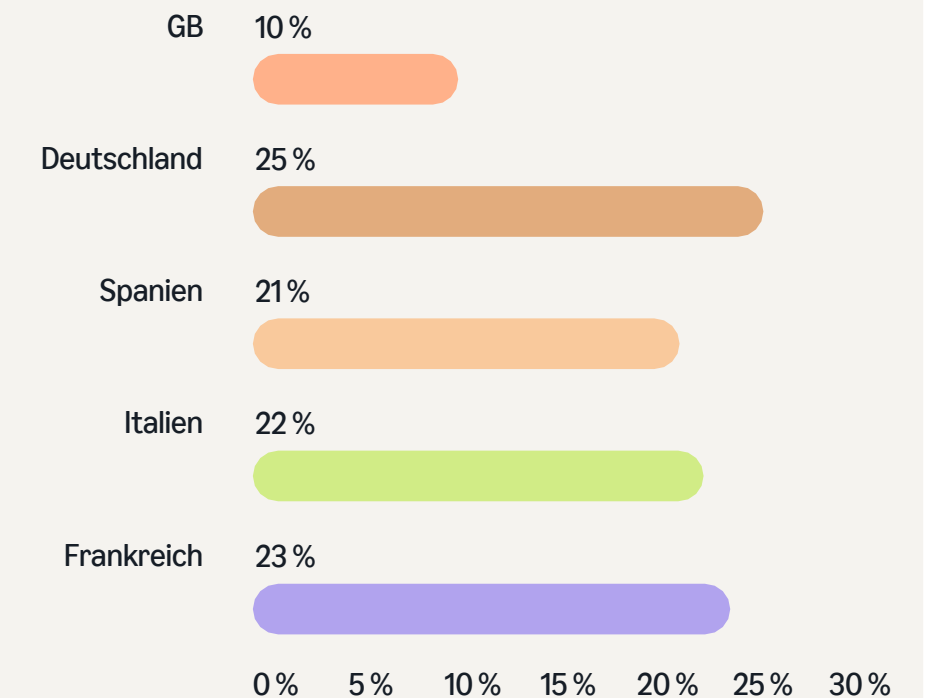
Jeder dritte Befragte (33 %) gibt an, dass die Preise nicht transparent sind, und 27 % haben Schwierigkeiten, vergleichbare Produkte zu finden. Auch das sorgt häufig für Frust, so Markus Finkbeiner von Amazon Business. „Das größte Problem bei Ausschreibungen ist, dass Angebote verschiedener Lieferanten nicht ohne Weiteres miteinander verglichen werden können“, erklärt er. „Sie haben möglicherweise nicht die gleichen Produkte im Angebot und es gibt Unterschiede beim Produkt und der Qualität sowie bei den Einheiten der Großpackungen.“

„Es kann sich um 500 bis 3.000 Artikeln aus verschiedenen Produktbereichen handeln und bei der Auswahl der Produkte, Verpackungsgröße oder Preise können Fehler gemacht werden. Wenn man es gut machen möchte, nimmt das viel Zeit in Anspruch.“

Italienische Unternehmen sind weniger auf Ausschreibungen angewiesen als Unternehmen in anderen Ländern. 51 % geben an, dass sie für nicht-produktionsbezogene Ausgaben immer oder häufig Ausschreibungen nutzen. Im Vergleich dazu liegen französische Unternehmen bei 64 %, britische bei 75 % und deutsche bei 81 %.

### Fast jedes fünfte Unternehmen reduziert die Nutzung von Ausschreibungsverfahren

*Inwiefern hat sich die Nutzung von Ausschreibungsverfahren in den letzten 12 Monaten verändert?*

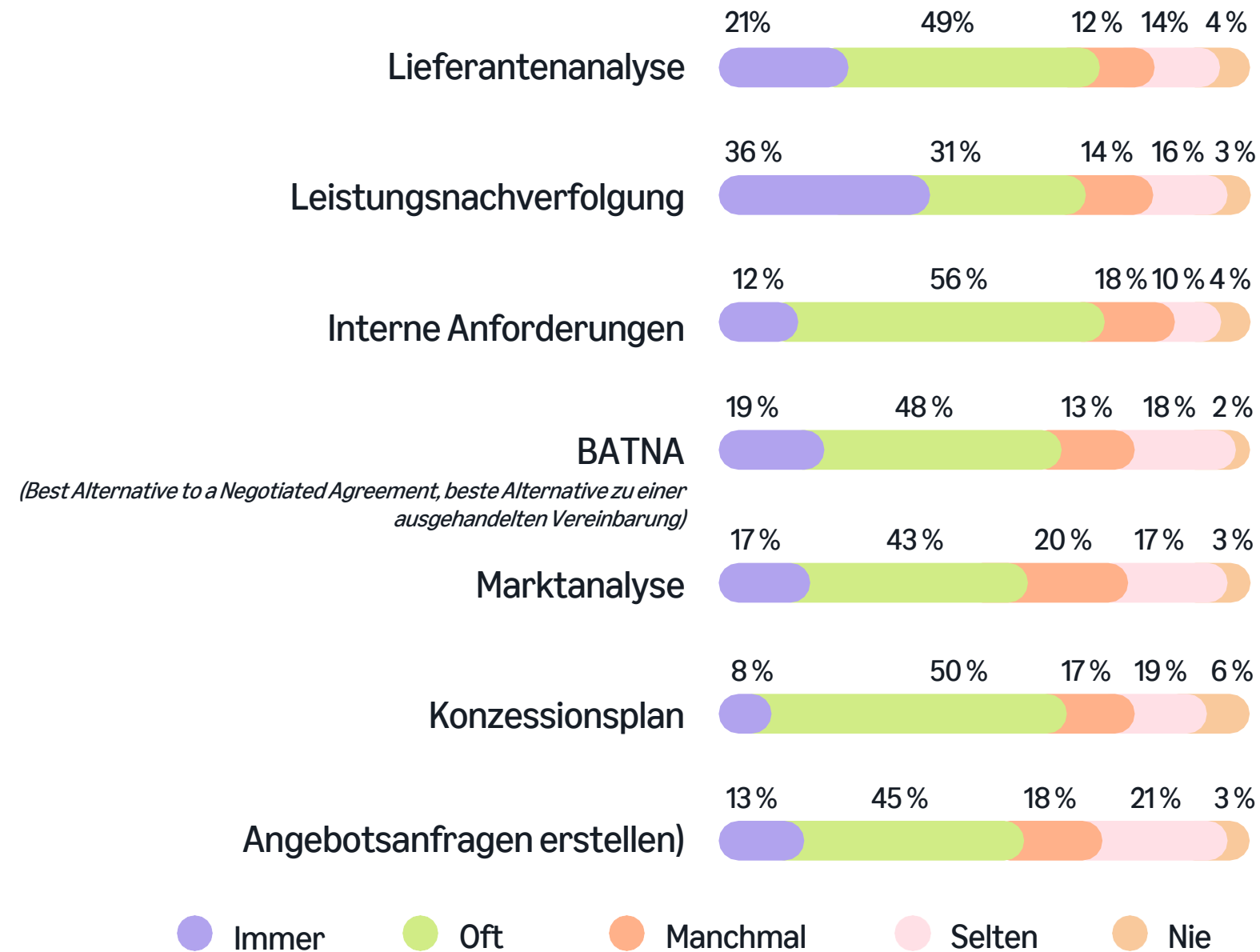


# Das Potential der KI- gestützten Echtzeit- Datenanalyse

Moderne Technologien helfen Beschaffungsteams dabei, Ausgabendaten leichter zu erfassen und zu analysieren. Diese Informationen dienen als Grundlage für strategische Entscheidungen, etwa bei der Steuerung einzelner Warengruppen. Am häufigsten greifen Unternehmen dabei auf eine Lieferantanalyse zurück, um potenzielle Partner zu bewerten. Fast ebenso verbreitet ist die Leistungsnachverfolgung, mit denen bestehende Lieferanten regelmäßig überprüft werden.

## Maßnahmen bei Verhandlungen mit Lieferanten: Lieferantenanalyse und Leistungsnachverfolgung stehen an erster Stelle

Welche Maßnahmen ergreift Ihr Unternehmen, wenn Sie Verhandlungen mit Lieferanten über Produkte aufnehmen?



Naik ist ein starker Befürworter der Datenanalyse. „Wenn Sie keinen klaren Überblick über Ihre Ausgaben und Lieferanten haben, fehlt die Basis für eine wirksame Steuerung,“ sagt er. „Mein Datenanalyse-Team untersucht die Muster unserer Lieferkette, einschließlich Nachhaltigkeitsvariablen, Social Value Act und Fair Payment Code, der nun in Kraft tritt. Es ist von entscheidender Bedeutung, über Daten zu Lieferanten, Ausgaben und Risiken zu verfügen.“



## Einsatz von KI zur Optimierung der Beschaffungsergebnisse

Aussagekräftige Analysen erfordern zuverlässige und aktuelle Daten. KI leistet hier bereits Unterstützung: Mehr als ein Viertel (28 %) der Unternehmen nutzen KI-gestützte Echtzeit-Ausgabenanalysen. Weitere 35 % planen die Einführung innerhalb der nächsten 12 Monate und 24 % innerhalb der nächsten drei Jahre.

Parques Reunidos nutzt KI bereits zur Analyse von Ausgabendaten. „Wir können Informationen aus bestimmten Rechnungen extrahieren, um zum Beispiel alle Stellen anzuzeigen, an denen das Wort Käse vorkommt“, erklärt Javier Caravantes. „Wir kennen dann alle Ausgaben, die unter der Kategorie Käse verwaltet werden, und können feststellen, dass wir von mehr Lieferanten kaufen, als wir eigentlich möchten. In manchen Fällen liegt das daran, dass wir in den Supermarkt gegenüber gehen und Käse kaufen, weil wir vergessen haben, ihn früher zu besorgen. Und so beginnt die KI zu funktionieren.“

KI kann auch auf andere Weise helfen, sagt Finkbeiner und nennt Beispiele der dynamischen Preisgestaltung – bei der Artikel gekauft werden können, sobald die Preise auf einen bestimmten Punkt fallen – sowie Verbrauchsvorhersagen. „Dank der dynamischen Preisgestaltung erhalten Sie stets den besten auf dem Markt verfügbaren Preis und müssen nicht nach bestimmten Preisen oder Sonderangeboten suchen oder neu verhandeln“, erklärt er.

„Den vorausschauendem Verbrauch kann man sich so vorstellen, dass die KI vorhersagt, wann bestimmte Artikel ausgehen, und diese automatisch für Sie bestellt. Sie kann Ihnen viele Aufgaben abnehmen und dafür sorgen, dass benötigte Artikeln immer hinreichend vorhanden sind.“

“

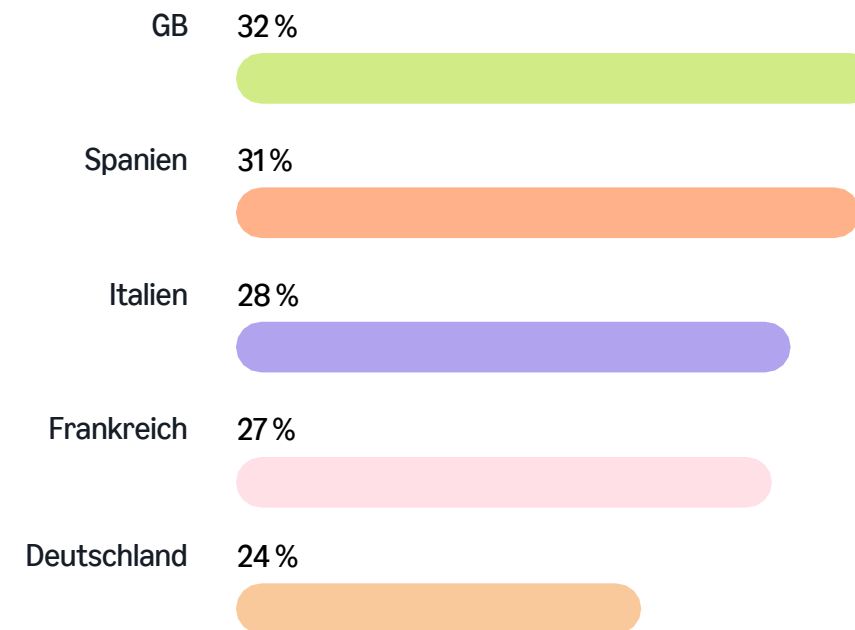
Den vorausschauendem Verbrauch kann man sich so vorstellen, dass die KI vorhersagt, wann bestimmte Artikel ausgehen, und diese automatisch für Sie bestellt.“

**Markus Finkbeiner**  
Senior Category Adoption Manager,  
Amazon Business

## Großbritannien ist führend bei der Einführung der KI-gestützten Echtzeit-Datenanalyse

*Zu welchem Anteil nutzt Ihr Unternehmen KI-gestützte Tools zur Ausgabenanalyse, um Preisverhandlungen zu führen?*

% derzeit in Verwendung, nach Land.



„Insbesondere im Bereich der KI könnte man argumentieren, dass Großbritannien ein etwas liberaleres regulatorisches Umfeld hat“, erklärt Lewis. „Die Art und Weise, wie alles reguliert wird, unterscheidet sich etwas von Europa und liegt im Allgemeinen irgendwo zwischen den USA und Europa.“

## Ein kultureller Wandel ist erforderlich, um das Potenzial der KI voll ausschöpfen zu können

Obwohl KI ein erhebliches Potenzial für die Ausgabenoptimierung bietet, zeigen einige Beschaffungsteams Widerstand. Unsere Untersuchungen zeigen, dass 56 % der Beschaffungsfachleute die Skepsis ihrer eigenen Teams als Hindernis betrachten.

Die Skepsis der Beschaffung ist aber nicht das einzige Hindernis, das Investitionen in neue Technologien verhindert. Fast die Hälfte (48 %) der Befragten gibt an, dass sie die Kosten als hoch einschätzen, während 37 % Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit und -schutz äußern.

Dennoch gibt es gute Gründe, in Datenanalyse zu investieren. Die Umfrage ergab, dass Anwender von Tools zur Echtzeit-Ausgabenanalyse mit einer höheren Wahrscheinlichkeit ihre Budgetziele übertreffen. Das geben 45 % an im Vergleich zu 38 % derjenigen, die solche Tools nicht verwenden. Unterdessen geben nur 9 % an, dass sie ihre Ziele in einigen oder allen Bereichen verfehlt haben, im Vergleich zu 15 % derjenigen ohne Echtzeit-Ausgabenanalyse.

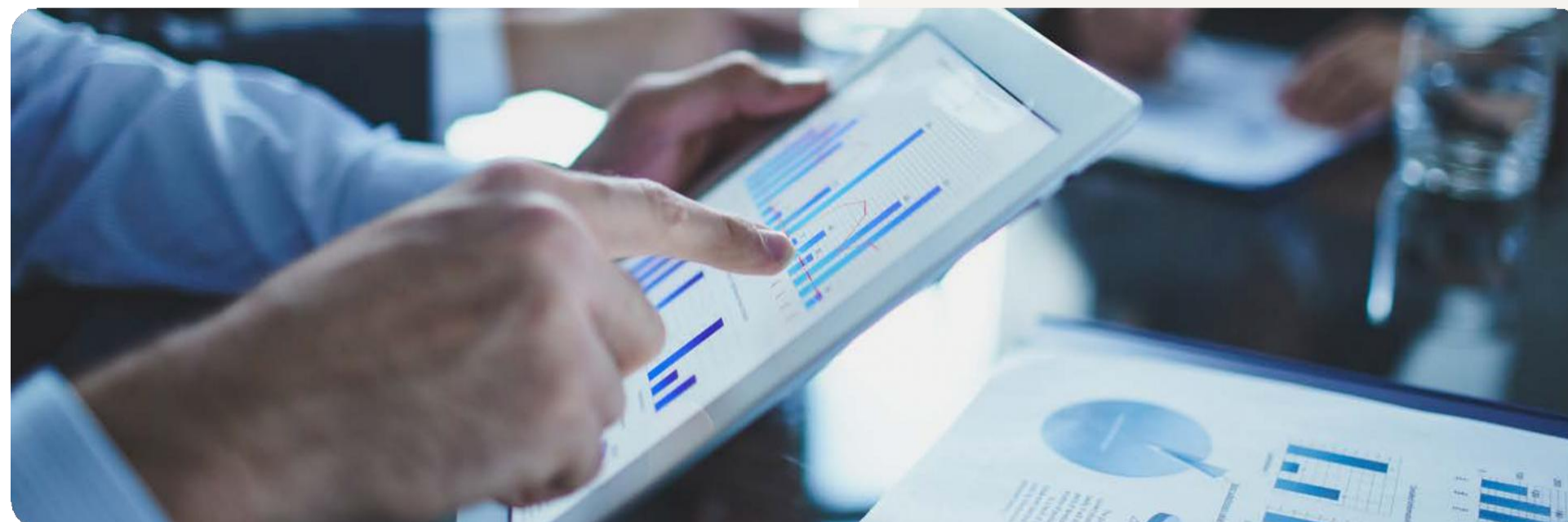
Generative KI wird laut Lewis in Zukunft wahrscheinlich noch stärker in den Beschaffungsprozess integriert werden.

„Wenn man über die Fähigkeit der KI nachdenkt, Texte auf sinnvolle Weise zu erfassen und dokumentarische Antworten verfassen zu können, dann ist das im Grunde der Großteil der Arbeit in der Beschaffung“, behauptet er. „Wir verfügen nun über Software-Stacks, die Aufträge sinnvoll auswerten, Bedingungen extrahieren und Verträge entwerfen können. Als Beschaffungsleiter brauchen Sie einen guten Grund, diese Technologie nicht zu nutzen.“

# 45 %



der Anwender von Tools zur Echtzeit-Ausgabenanalyse übertreffen ihre Budgetziele, verglichen mit 38 % ohne diese Tools.



# Wie Online-Marktplätze die Beschaffung neu gestalten

Online-Marktplätze entwickeln sich zu leistungsstarken Plattformen für die Ausgabenverwaltung, die Beschaffungsteams dabei unterstützen, unkontrollierte Kosten in eine strategisch verwaltete Kategorie umzuwandeln. Im Gegensatz zu herkömmlichen Ausschreibungsverfahren, die für einzelne Kategorien erhebliche Ressourcen erfordern, bieten diese digitalen Lösungen sofortige Möglichkeiten zur Ausgabenkontrolle und liefern gleichzeitig umfassende Einblicke in den Beschaffungsprozess, um die interne Effizienz zu steigern.

Bereits 85 % der Unternehmen nutzen Online-Marktplätze als Lösung für die Ausgabenverwaltung nicht-produktionsbezogener Einkäufe, wobei 25 % diese als primäre Plattform für die Ausgabenkontrolle einsetzen. Mehr als die Hälfte (54 %) heben die Zeitersparnis hervor, die sich aus diesem Ansatz ergibt, da die Endbenutzer nach der Einrichtung ihre eigenen Artikel innerhalb der von der Beschaffung festgelegten Grenzen und Kriterien erwerben können.

Diese Kombination aus Kontrolle und Flexibilität unterscheidet moderne Marktplätze für die Ausgabenverwaltung von herkömmlichen Beschaffungsansätzen. Mehr als jeder Vierte (46 %) nennt die Flexibilität bei der Änderung der Produktmengen, während 36 % die Kosteneinsparungen als Vorteil hervorheben. 29 % geben die einfache Handhabung an und 21 % betonen die Flexibilität, bei Bedarf den Produkttyp zu wechseln, was bei einem Lieferantenvertrag in der Regel nicht möglich ist.

## 85 %

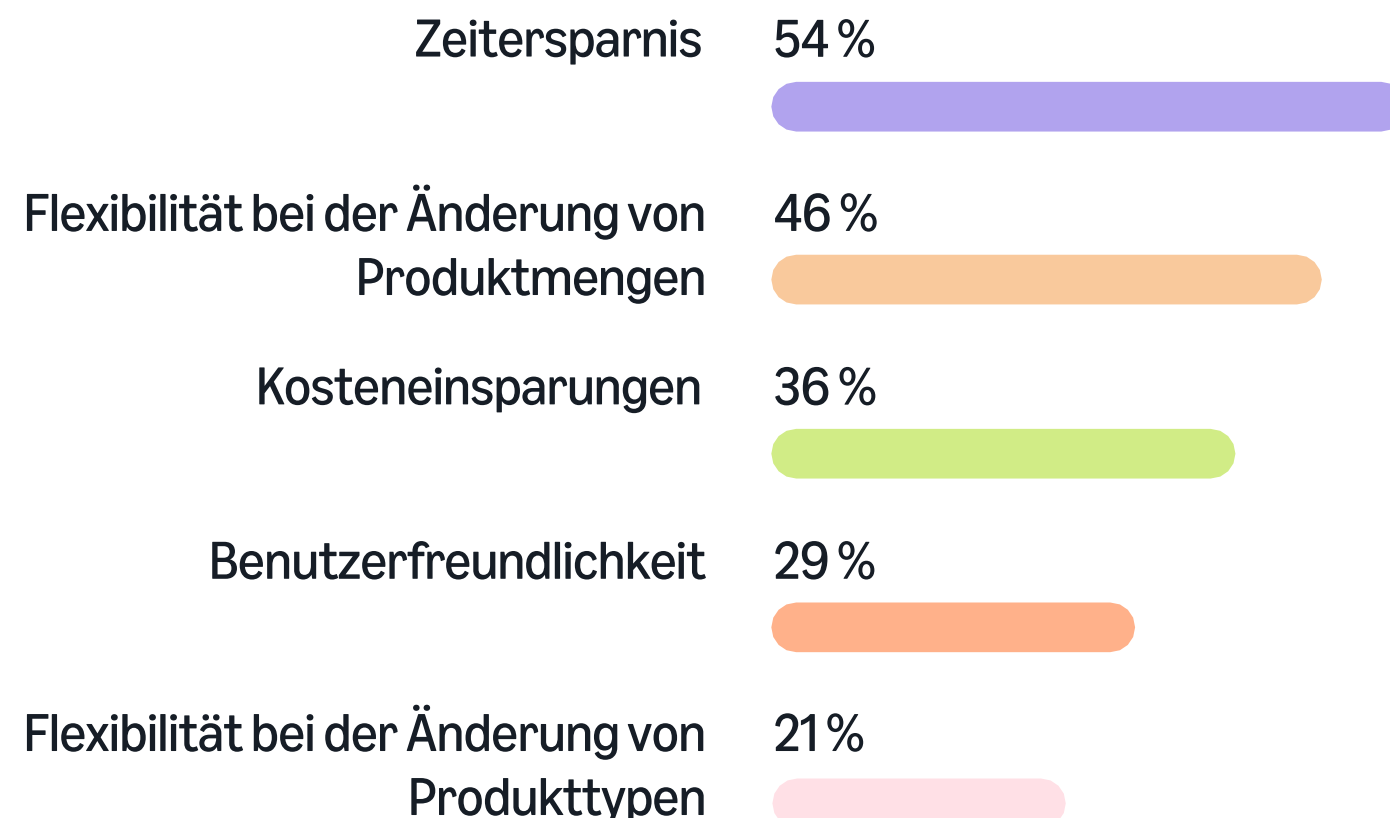


85 % der Unternehmen nutzen Online-Marktplätze, um nicht-produktionsbezogene Ausgaben zu verwalten.



## Unternehmen konsolidieren Lieferanten, um ihre Position bei Preisverhandlungen zu stärken

*Warum nutzt Ihr Unternehmen Online-Marktplätze für nicht-produktionsbezogene Ausgaben?*



Das Angebot überzeugt, so Lewis. „Es ist der enorme Mehrwert der Plattform, der sie so attraktiv macht“, erklärt er.

“

Es geht darum, die Kosten zu senken, aber auch die Kundenerfahrung zu verbessern. Wenn Sie die Lieferinfrastruktur des Unternehmens nutzen, profitieren Sie von der besten Auswahl, der besten Kostenrealisierung und dem besten Lieferservice. Aus diesem Grund sollten alle Anbieter auf der Plattform vertreten sein.“

**Michael Lewis**  
Professor of Operations and Supply Management,  
University of Bath School of Management



## Die Vorteile des digitalen Marktplatzes

Digitale Marktplätze revolutionieren die Art und Weise, wie Unternehmen Programme zur Ausgabenverwaltung implementieren. „Vor einigen Jahren hatten wir eigene Teams, die nur für die Auftragsabwicklung zuständig waren“, erklärt Naik von Capita. „Wir konnten einen Teil dieser hohen Servicekosten durch den Einsatz von Technologie zur Automatisierung des Prozesses einsparen und fördern diesen Self-Service-Ansatz auch bei unseren internen Kunden.“

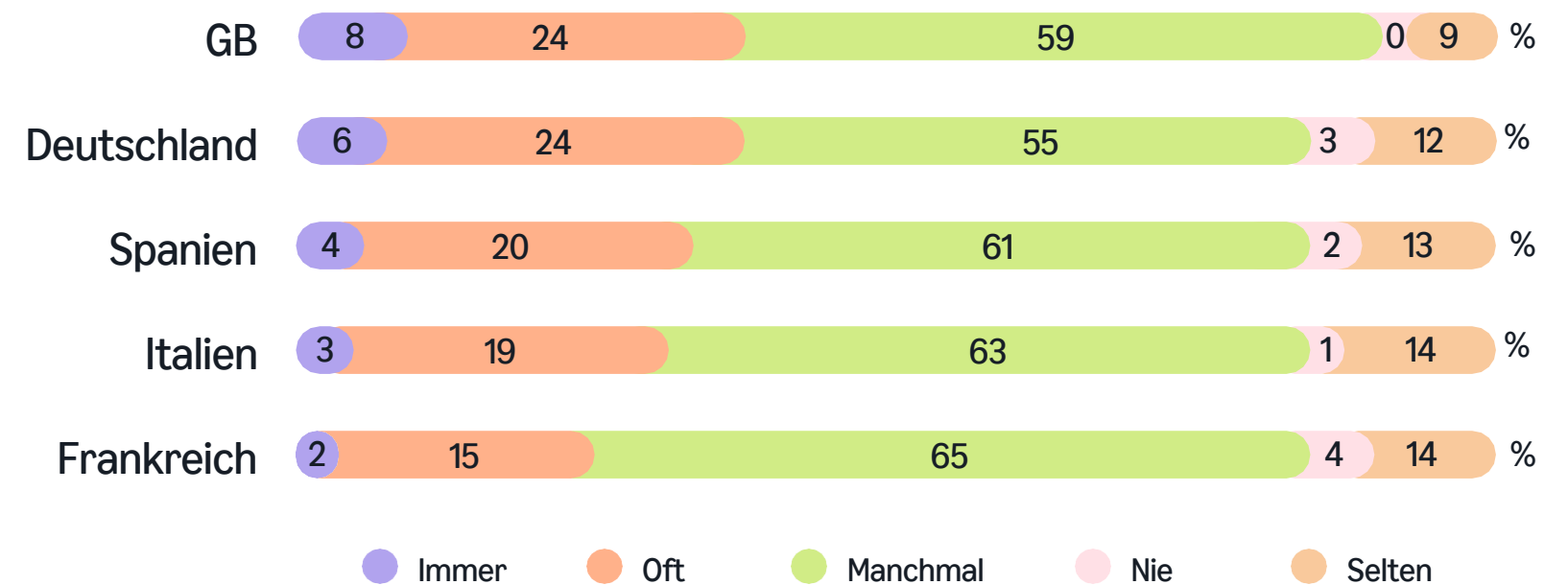
Die erweiterten Kontrollfunktionen sind insbesondere für Führungskräfte im Beschaffungswesen von Interesse. Die Möglichkeit, den Kauf von Artikeln einzuschränken, ist laut Rousselle von DS Smith besonders interessant, da dies zu einer besseren Kontrolle als bei herkömmlichen Methoden für den Kauf von nicht-produktionsbezogenen Artikeln führen kann. „Wenn wir Purchasing-Cards abschaffen und die einzige Möglichkeit, verschiedene Kleinartikel zu erwerben, über einen Online-Marktplatz besteht, kann dies zu Einschränkungen bei den Kategorien führen“, erklärt sie. „Plötzlich haben wir viel mehr Kontrolle als zuvor, als jeder das kaufte, was er wollte, und es auf die Spesenrechnung setzte.“

Die Transparenz der Plattform stellt im Gegensatz zur Komplexität von Ausschreibungen eine weitere wichtige Komponente des Ausgabenmanagements dar. „Bei einem Online-Marktplatz können Sie verschiedene Angebote einsehen und sofort vergleichen“, erklärt Finkbeiner von Amazon Business. „Es ist sehr transparent. Bei einer Ausschreibung ist das nicht unbedingt der Fall. Sie müssen nach einem bestimmten Produkt suchen, die Details überprüfen und sicherstellen, dass die Packungsgröße Ihren Anforderungen entspricht.“

Online-Plattformen oder Marktplätze sind mittlerweile in ganz Europa weit verbreitet. Britische Unternehmen führen, dicht gefolgt von Deutschland.

### Deutsche und britische Unternehmen nutzen Online-Marktplätzen am häufigsten

*In welchem Umfang nutzen Sie/Ihr Beschaffungsteam Online-Marktplätze für die Verwaltung der Ausgaben für nicht-produktionsbezogene Artikel?*



## Die Rolle digitaler Marktplätze in der modernen Beschaffung

Die meisten Unternehmen gehen davon aus, dass sie in den nächsten fünf Jahren verstärkt Marktplätze nutzen werden. Vier von zehn (43 %) Unternehmen in Großbritannien gehen von einer solchen Entwicklung aus, wobei die Zahlen für Deutschland und Spanien ähnlich sind (jeweils 41 %). Selbst an Orten, an denen die Nutzung von Online-Marktplätzen noch nicht so weit verbreitet ist, wird ein Anstieg erwartet: 28 % der italienischen Unternehmen und 24 % der französischen Unternehmen rechnen damit.

Einige Bedenken bleiben jedoch bestehen. Unvorhersehbare Preise sind für 45 % der Beschaffungsfachleute ein Grund zur Sorge, während 40 % Bedenken hinsichtlich der Einhaltung interner Unternehmensrichtlinien haben. Und trotz der Zeitersparnis, die solche Marktplätze bieten können, befürchten 34 % der Befragten, dass Zeitmangel ein Problem darstellen könnte.

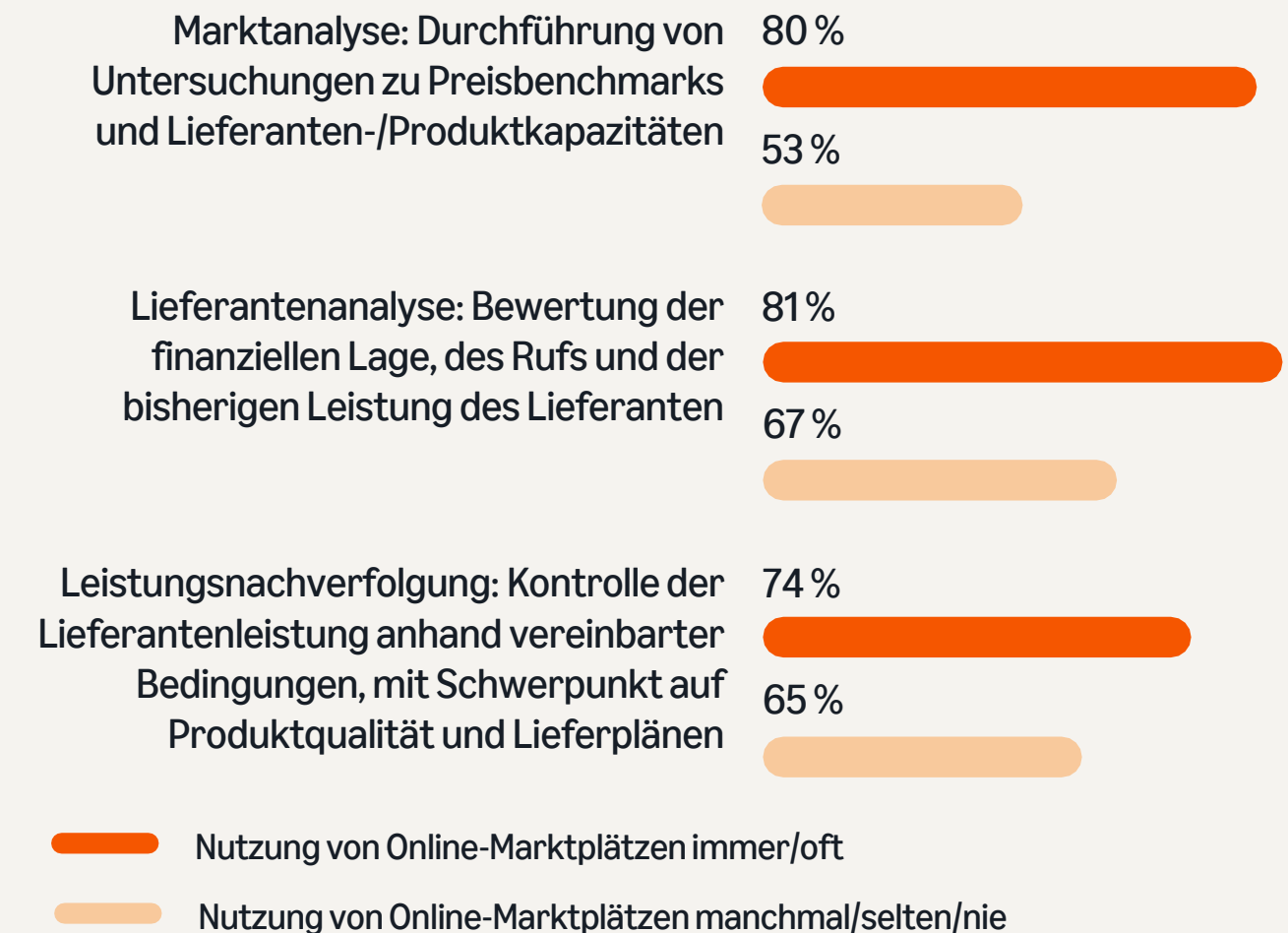
Erfahrenere Benutzer der Plattformen schildern jedoch ein anderes Bild.

Mehr als die Hälfte (54 %) der regelmäßigen Benutzer – diejenigen, die angeben, dass sie diese immer oder häufig nutzen – erwarten, dass sie sie noch häufiger nutzen werden. Demgegenüber stehen 29 % derjenigen, die sie nur selten nutzen, was darauf hindeutet, dass die Benutzer mit zunehmender Nutzung zu überzeugten Befürwortern werden.

Es gibt auch konkrete Vorteile. Regelmäßige Benutzer führen deutlich häufiger Marktanalysen durch als Benutzer, die die Marktplätze seltener nutzen. 80 % der erstgenannten Gruppe führen solche Analysen durch, gegenüber 53 % der zweitgenannten Gruppe. Darüber hinaus führen erstere häufiger Lieferanteanalysen durch (81 % gegenüber 67 %) und verfolgen die Lieferantenleistung nach (74 % gegenüber 65 %).

### Häufige Benutzer von Online-Marktplätzen beobachten eher den Markt, die Lieferanten und deren Leistung

*Maßnahmen, die bei Verhandlungen mit Lieferanten über Produkte gemäß der Nutzung des Online-Marktplatzes ergriffen werden.*





Entscheidend ist auch, dass regelmäßige Benutzer von Online-Marktplätzen eher dazu neigen, ihre Budgetziele in einigen oder allen Bereichen zu übertreffen, als unregelmäßige Benutzer. Vier von zehn (42 %) geben das an, im Vergleich zu den weniger häufigen Benutzern mit 38 %.

Für Naik hat die Nutzung eines Online-Marktplatzes Capita die Möglichkeit eröffnet, Ausgaben auf eine Weise zu kontrollieren, die zuvor nicht möglich war. „Die Kontrolle wird zudem dadurch effektiver, dass der Zeitaufwand der manuellen Kontrolle dieser Ausgaben oder für einzelne Ausschreibungsverfahren im Vergleich einfach zu groß wäre“, erklärt er. „Anstatt Ressourcen für die Verwaltung dieser Ausgaben einzusetzen, nutze ich einen Technologieanbieter auf einem Marktplatz.“

Wenn es darum geht, mit weniger mehr zu erreichen, kann die Zusammenarbeit mit Online-Marktplätzen den erforderlichen Funktionsumfang bieten, was es mir wiederum erlaubt, meine Ziele in Bezug auf die Reduzierung der Anzahl an Lieferanten, die Verwaltung der Lieferkette und letztendlich die Kontrolle der Ausgaben zu erreichen.

“

Wenn es darum geht, mit weniger mehr zu erreichen, kann die Zusammenarbeit mit Online-Marktplätzen den erforderlichen Funktionsumfang bieten, was es mir wiederum ermöglicht, meine Ziele zu erreichen.“

**Suraj Naik**  
Group Procurement Director,  
Capita

# Fazit

Beschaffungsteams in ganz Europa überdenken ihre Prozesse, um die bedeutenden Herausforderungen dieser Zeit zu bewältigen. Lösungen für die Ausgabenverwaltung entwickeln sich dabei zu einem wichtigen Faktor für diese Transformation.

Während in den letzten Jahren der Schwerpunkt vor allem auf produktionsbezogenen Ausgaben lag, wurden nicht-produktionsbezogene Ausgaben oft übersehen, obwohl sie oftmals beträchtliche Summen ausmachen. Dies liegt daran, dass Teams häufig überlastet sind und Prioritäten setzen müssen, wo sie ihre Ressourcen einsetzen. Technologische Innovationen unterstützen Teams jedoch dabei, diese zeitlichen Einschränkungen besser zu managen.

Die Ausschreibung für Tail-End-Ausgaben ist häufig ein zeitaufwändiger Prozess, der nicht immer ausreichend Klarheit für fundierte Entscheidungen liefert. Daher beabsichtigt jedes fünfte Unternehmen, von diesem Verfahren für nicht-produktionsbezogene Ausgaben abzurücken.

Technologie unterstützt Beschaffungsteams außerdem dabei, Unternehmensbudgets durch verbesserte Transparenz und Kontrolle der Ausgaben effektiver zu verwalten. Im Vergleich zu Nichtnutzern übertreffen Benutzer von Tools zur Echtzeit-Ausgabenanalyse mit höherer Wahrscheinlichkeit ihre Budgetziele und verfehlen mit geringerer Wahrscheinlichkeit ihre Ausgabenziele. Auch der Nutzen der KI zeigt sich immer mehr – sei es durch die Extraktion von Informationen aus Rechnungen oder die Vorhersage des zukünftigen Kaufbedarfs.

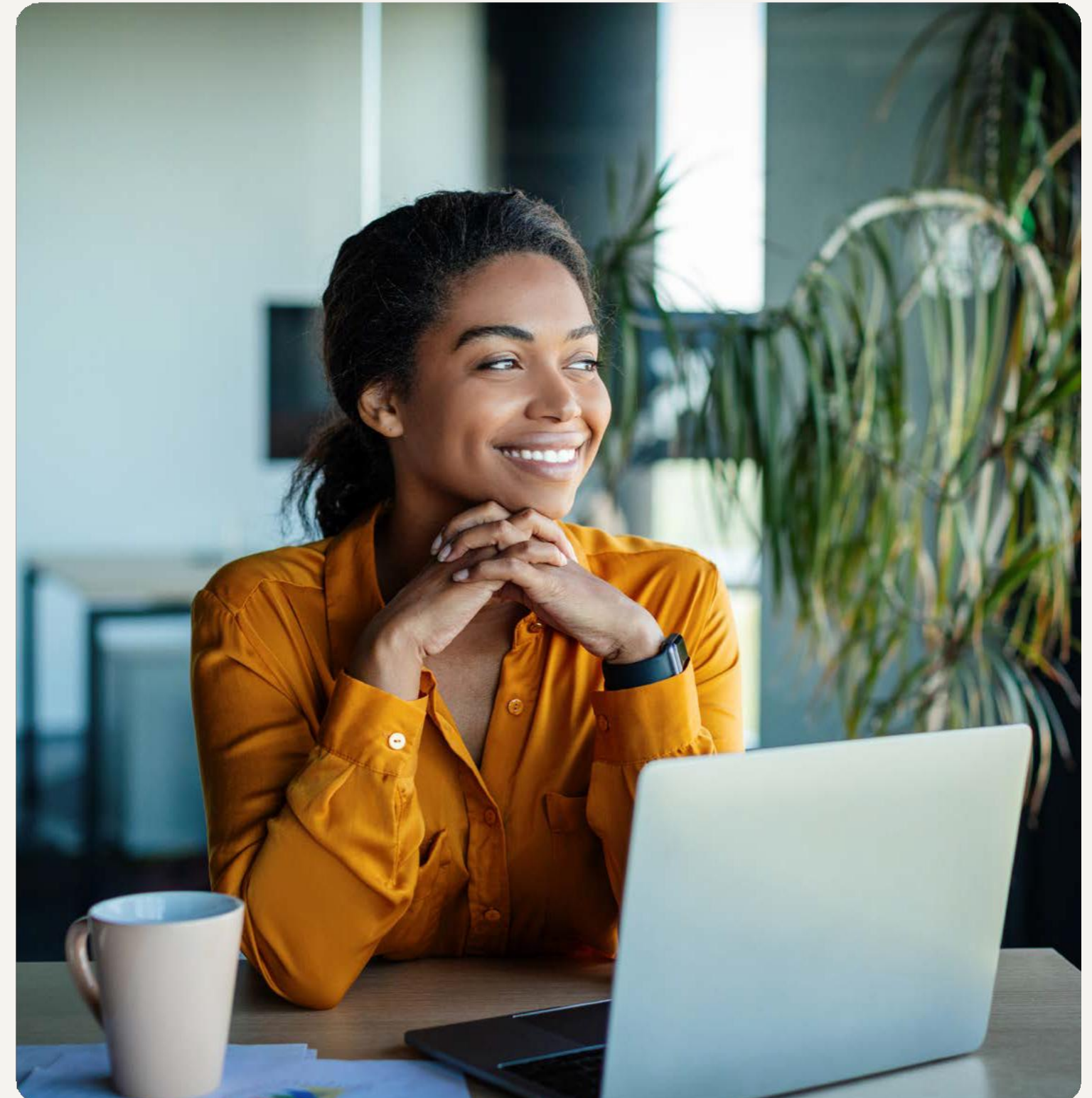
Online-Marktplätze werden sich ebenfalls zu einem wichtigen Bestandteil von Strategien der Ausgabenverwaltung entwickeln. Unternehmen, die diese nutzen, übertreffen mit größerer Wahrscheinlichkeit ihre Budgetziele und profitieren von bewährten Verfahren wie Marktanalysen, Lieferantenbewertungen und die Überwachung der Lieferantenleistung. In einer Zeit, in der die Beschaffung unter Druck steht, mit weniger mehr zu erreichen, ist dies eine Chance, die man unbedingt nutzen sollte.

# Über Amazon Business

Amazon Business hilft Millionen Kunden auf der ganzen Welt – von Kleinbetrieben über Schulen, Krankenhäuser, Non-Profit-Organisationen und Regierungsbehörden bis hin zu global tätigen Großunternehmen – ihre Beschaffungsverfahren mit Kosten- und Zeiteinsparungen, höherer Produktivität und aufschlussreichen Kaufanalysen neu auszurichten. Beschaffungs- und Unternehmensleiter profitieren von praktischen Versandoptionen für hunderte Millionen Artikel in Kategorien wie Bürobedarf, IT, Hauswirtschaft und Gastronomie.

Kunden haben außerdem Zugriff auf eine Vielzahl an Funktionen und Vorteilen, die speziell auf Unternehmen zugeschnittenen, einschließlich einer angepassten Website-Erfahrung, Preisen nur für Unternehmen, Business Prime, Unternehmenskonten mit Einzel- oder Mehrbenutzern, Genehmigungs-Workflows, Systemintegrationen, Zahlungslösungen und einem speziellen Kundenservice.

Amazon Business ist aktuell in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, USA, Kanada, Indien, Australien, Mexiko und Japan verfügbar. Erfahren Sie mehr unter [business.amazon.de](https://business.amazon.de)



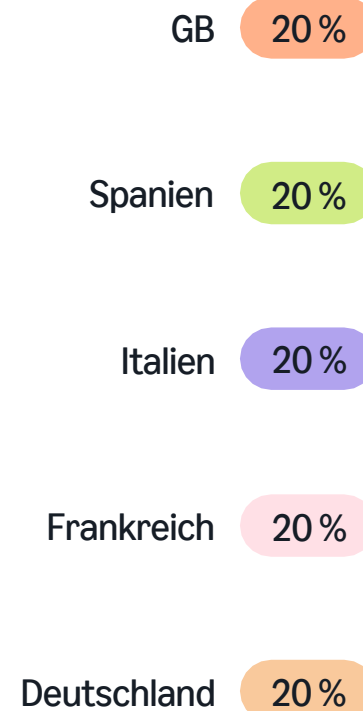
# Methodik

Die Umfrage „Die Zukunft der Beschaffung neu definiert“ wurde im März 2025 online durchgeführt. Es wurden 500 Teilnehmer mit Verantwortung im Beschaffungswesen befragt, die zu gleichen Teilen aus Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien stammten.

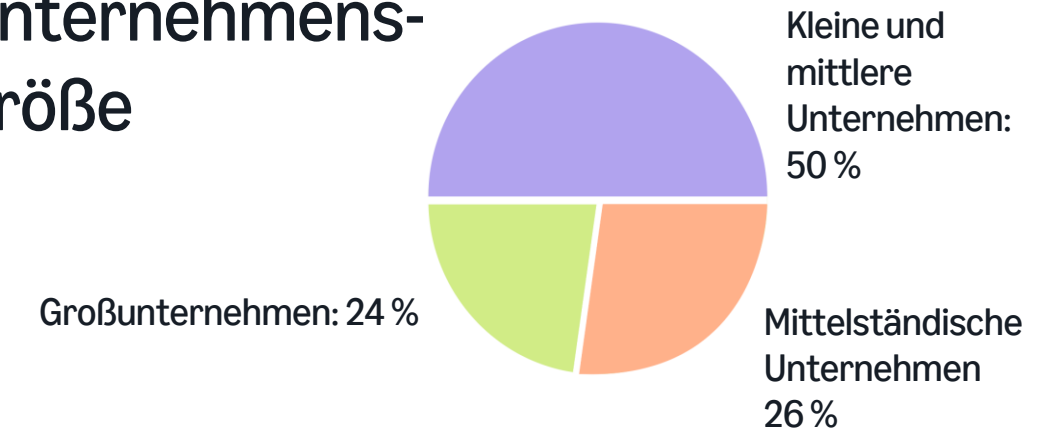
Die Befragten kamen zu gleichen Teilen aus den Bereichen Reise und Gastgewerbe, Fertigung und Industrie, Privatwirtschaft und Gesundheitswesen. Die Hälfte der Befragten war in kleinen und mittleren Unternehmen (25–50 Mitarbeiter) aktiv, während die andere Hälfte sich gleichmäßig auf mittelständische Unternehmen (51–1.000 Mitarbeiter) und Großunternehmen (1.001–2.500 Mitarbeiter) verteilte.

Die in diesem Bericht enthaltenen Zitate stammen aus Telefoninterviews, die im März und April 2025 durchgeführt wurden.

## Land



## Unternehmensgröße



## Branche

