

Hintergrund

BME-Preis „Excellence in eSolutions 2017“

Beiersdorf AG

„Go Shopping @ Beiersdorf – Entwicklung einer neuen E-Procurement-Lösung für indirekte Güter und Dienstleistungen bei der Beiersdorf AG“

Die Beiersdorf AG ist ein führender Anbieter innovativer und hochwertiger Hautpflegeprodukte und verfügt über mehr als 130 Jahre Erfahrung in diesem Marktsegment. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Hamburg beschäftigt weltweit über 17.000 Mitarbeiter und ist im deutschen Leitindex für Aktien, dem DAX, gelistet. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Beiersdorf einen Umsatz von 6,8 Milliarden Euro. Die weltweit größte Hautpflegemarke NIVEA ist das Herzstück des Markenportfolios, zu dem darüber hinaus Marken wie Eucerin, La Prairie, Labello und Hansaplast zählen. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE, ein ebenfalls weltweit führender Hersteller in seiner Branche, versorgt Industrie, Gewerbe und Verbraucher mit selbstklebenden Produkt- und Systemlösungen.

Kern des neuen E-Procurements von Beiersdorf ist eine umfassende Katalog-Cloud-Lösung des Unternehmens BeNeering. Diese beinhaltet eine intelligente Suchmaschine (Catalogue Cloud Search Engine) als entscheidendes Hilfsmittel, um die Anwender durch den neuen E-Procurement-Prozess und damit zu den gesuchten Artikeln zu führen. Ihre Suchlogik ist auf die spezifischen Einkaufsprozesse bei Beiersdorf zugeschnitten und wählt den effizientesten Einkaufskanal für den jeweiligen Bedarf aus. Ebenfalls eingebunden ist ein Content-Management-System (Catalogue Cloud Suite) von BeNeering. Mit ihm lassen sich die hinterlegten Rahmenvereinbarungen und Compliance-Regeln lückenlos verwalten. Diese dienen den Nutzern als Leitplanken im Zuge des Bestellvorgangs und können – auf Basis vorab getroffener Absprachen – sowohl von den Lieferanten selbst als auch von den entsprechenden Beiersdorf-Teams erneuert oder aktualisiert werden.

Eine zentrale Frage bei der Entwicklung des innovativen E-Procurement-Prozesses lautete: Wie lassen sich Einzelbestellungen mit geringem Wert ebenfalls automatisiert abbilden? Entscheidend war dabei, eine Plattform zu etablieren, die eine durchgängige Verbindung zu den einzelnen Anbietern schafft. Darüber hinaus sollte die Transparenz des Bestellvorgangs erhalten bleiben sowie die Compliance-Vorgaben gewährleistet werden. Beiersdorf beantwortete die Frage mit einem geschlossenen Marktplatz, der in die Katalogsuche der BeNeering-Suchmaschine integriert ist. Das Ergebnis: Für die Anwender sind keine Medienbrüche erkennbar, die Lösung ist einfach zu handhaben und sehr nutzerfreundlich.

Alle Funktionen stehen den Nutzern mit einem einzigen Log-in zur Verfügung. So wird eine User Experience geschaffen, die mit privatem Online-Shopping im heimischen Wohnzimmer vergleichbar ist. Die Nutzer kennen und schätzen das damit verbundene Prinzip „Suchen – Entscheiden – Bestellen“. Mit wenigen Clicks initiieren sie den Bestellvorgang, und kurz darauf landet der gewünschte Artikel im virtuellen Einkaufswagen.

Beiersdorfs neues E-Procurement verbindet die BeNeering-Technologie und die SAP-Supplier-Relation-Management-Lösung mit UI5-Nutzeroberfläche über eine Web-Service-Schnittstelle.

Der indirekte Einkauf ist Teil der globalen Procurement-Organisation der Beiersdorf AG. Neben dem globalen Category Management und dem operativen Einkauf für Deutschland beschäftigt sich ein Teil des Teams damit, die Effizienz des P2P-Prozesses zu steigern. Parallel dazu arbeiten die Spezialisten kontinuierlich daran, die Komplexität einzelner Bestellvorgänge zu reduzieren. Dabei berücksichtigen sie alle geltenden internen und externen Compliance-Richtlinien. Ziel ist es, innovative Prozessvorgaben und E-Lösungen zu entwickeln und diese später global auszurollen.

Kontakt:

Michael Weszkalnys

Procurement Indirects & Development

Beiersdorf AG

E-Mail: Michael.Weszkalnys@Beiersdorf.com