

# BIP

# Einkaufsberater REPORT 2018

Organisation > Strategie > Prozesse

Aus der Praxis: Berater als  
Unterstützer für die digitale DNA

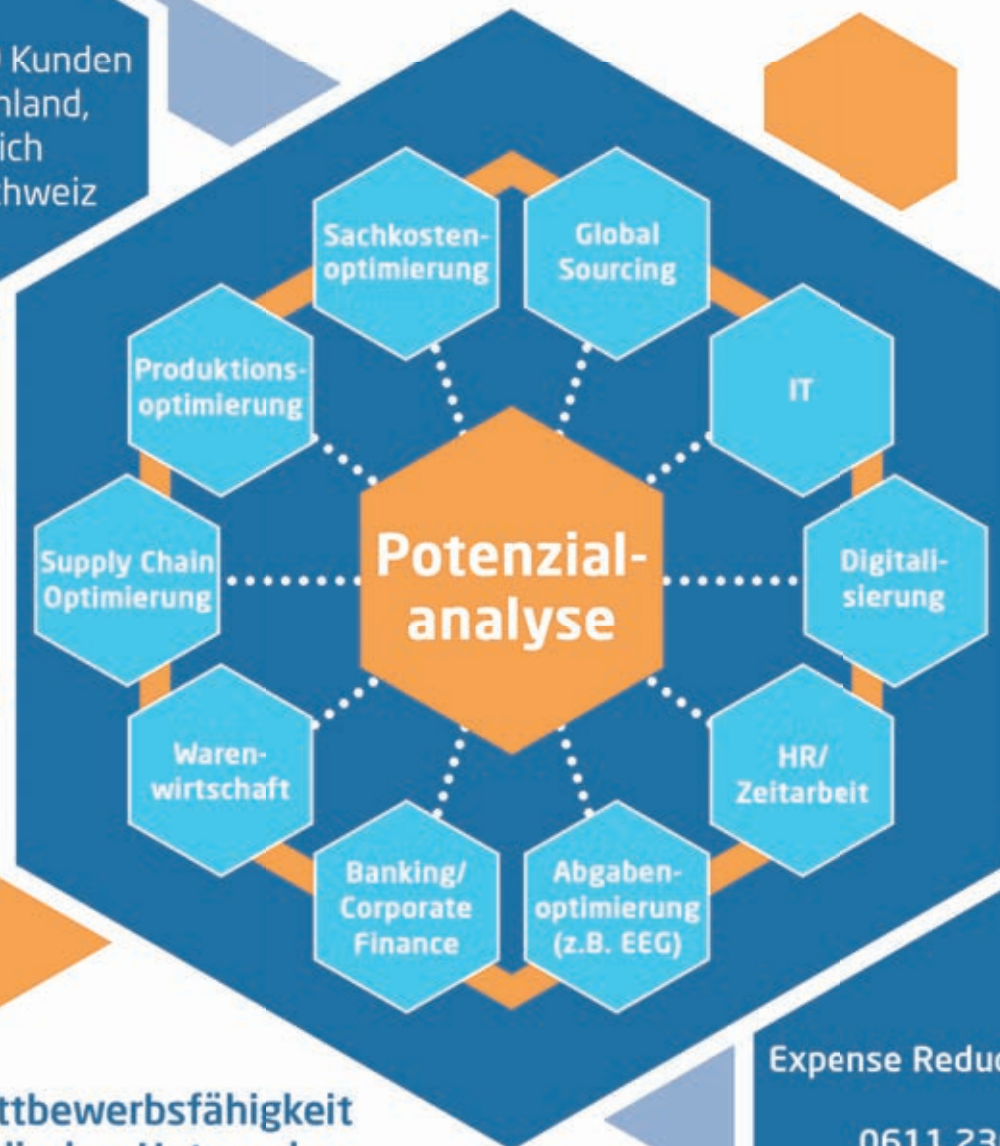
Aus der Forschung: Interview mit  
Prof. Erik Hofmann, St. Gallen

Firmenprofile

Verzeichnis Einkaufsberatungen

# OPTIMALE WERTSCHÖPFUNG FÜR IHR UNTERNEHMEN

Über **2000** Kunden  
in Deutschland,  
Österreich  
und der Schweiz



Um die Wettbewerbsfähigkeit  
mittelständischer Unternehmen  
nachhaltig zu steigern,  
beraten wir entlang der Wertschöpfungskette.

Expense Reduction Analysts

0611 23660740  
Kreuzberger Ring 7E  
65205 Wiesbaden

**Kontaktieren Sie uns für ein  
kostenloses und unverbindliches Angebot**

## Anschieber gefragt

**Den Unternehmensberatern hierzulande geht es gut.** Die Beratungsbranche zählt zu den am stärksten wachsenden Wirtschaftszweigen in Deutschland – und das seit Jahren. 8,5 Prozent betrug das Wachstum 2017, so die neuesten Zahlen des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater (BDU). Die Berechnungen der Marktforscher von Lünendonk & Hossensfelder weisen gar ein Wachstum von über 12 Prozent für 2017 aus. Ähnliche Werte werden jeweils auch für das laufende Jahr 2018 erwartet.

Geht es den Beratungsfirmen gut, heißt das aber auch: Es gibt Veränderungs- und Optimierungsbedarf in den Unternehmen, die sie beauftragen. Dass beides mit der digitalen Transformation einhergeht, wird niemand bestreiten. Denn auch der Einkauf muss sich anstrengen: Er muss kosteneffizient arbeiten – sowieso. Er soll konkrete Schritte zur Automatisierung der Supply Chain unternehmen. Und er darf sich „lean“ und „agil“ organisieren. Doch woher kommt all die Expertise für diese Parallelaufgaben, woher der manchmal dringend nötige Perspektivwechsel? Gewiss, die Skepsis vieler Unternehmen gegenüber Unternehmensberatern ist groß. Doch ein guter Dienstleister kann rasch und unkompliziert genau das liefern, was Unternehmen gerade fehlt.

Der vorliegende Report soll Ihnen eine erste Orientierung im dichten Feld der Beratungsfirmen geben, die Ihnen bei der Optimierung und (Re-)Organisation Ihres Einkaufs oder Supply Chain Managements helfen können, wenn Sie selbst einmal nicht mehr weiterwissen. Sie lesen darin nicht nur konkrete Anwendungsbeispiele, sondern erfahren auch Hintergründiges zum Beratungsmarkt aus Wissenschaft und Praxis. In den für Sie zusammengestellten Firmenprofilen finden Sie weitergehende Informationen wie Beratungsansätze oder Branchenschwerpunkte. Und die umfangreiche Marktübersicht ist als zeitlose Hilfestellung für die Praxis gedacht – immer griffbereit, auch ohne Internet und Online-Recherche.

Ihr

**Dr. Tobias Anslinger**

Chefredakteur BIP – Best in Procurement

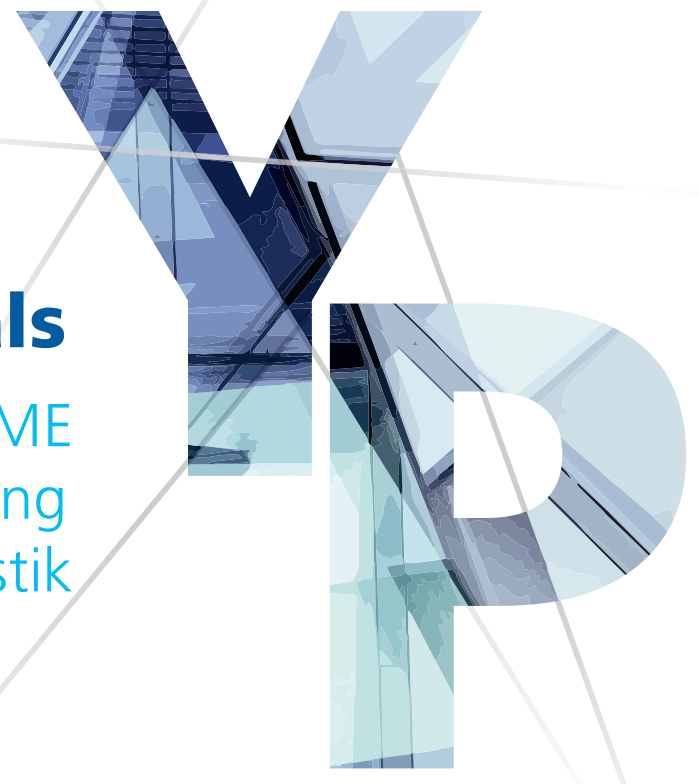


**IMPRESSUM:** Einkaufsberater Report 2018. Verbreitete Auflage: 12.000. Erscheinungsweise: zweijährlich. **Herausgeber:** Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME), Frankfurter Straße 27, 65760 Eschborn, Tel.: 0 61 96/58 28-0, Fax 0 61 96/58 28-199. E-Mail: info@bme.de, Internet: www.bme.de. **Vertretungsberechtigter Vorstand:** Horst Wiedmann (Vorsitzender); Dr. Silviu Grobosch (Hauptgeschäftsführer); Martin Müller-Raidt, Dr. Michael Nießen. Amtsgericht Frankfurt am Main, VR 6654, Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE114235471. **Chefredaktion (v.i.S.d.P.):** Dr. Tobias Anslinger, E-Mail: tobias.anslinger@bme.de. **Anzeigen:** Mirjam Zeller (verantwortl.), E-Mail: mirjam.zeller@bme.de. **Gesamtherstellung:** Henrich Druck + Medien GmbH, Frankfurt a.M. **Urheber- und Verlagsrecht:** Texte, Fotos und Grafiken sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme der Manuskripte gehen das Recht der Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, Vergabe von Nachdruckrechten, elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Herausgeber über. Keine Gewähr für unverlangt eingeschickte Beiträge und Fotos. Trotz sorgfältiger Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen keine Gewähr übernommen werden. **Copyright:** BME e.V., Frankfurt 2018. **Datenschutz:** Informationen, wie wir mit Ihren personenbezogenen Daten umgehen, erhalten Sie unter [www.bme.de/datenschutz/](http://www.bme.de/datenschutz/).

Die Mitgliedschaft für Studierende  
und Young Professionals  
bis 27 Jahren ist beitragsfrei!

# Young Professionals

Die Initiative des BME  
zur Nachwuchsförderung  
für Einkauf, SCM und Logistik



© Icons: network by Barracuda; students by Wilson Joseph; career by Arafat Uddin; Pencil by romzicon; from the Noun Project

Young Professionals  
Netzwerk



Hochschulgruppen



Karriereplanung



Weiterbildung  
und Qualifizierung



## Deine Ansprechpartnerin

**Alina Tillmann**

Projektmanagerin  
Young Professionals  
Tel: 06196/5828-163  
E-Mail: [alina.tillmann@bme.de](mailto:alina.tillmann@bme.de)



Bundesverband Materialwirtschaft,  
Einkauf und Logistik e.V. (BME)  
[www.bme.de/yp](http://www.bme.de/yp)

Netzwerke mit uns!  
[www.bme.de/social](http://www.bme.de/social)



grow your network –  
for today and tomorrow




---

### 03 Editorial, Impressum

Anschieber gefragt

---

### 06 Unterstützung für die digitale DNA

Die Nachfrage nach Consulting-Dienstleistungen zeigt sich weiterhin ungebremst

---

### 08 „Moderierende Rolle ausfüllen“

Prof. Erik Hofmann von der Universität St. Gallen über die Herausforderung Dienstleistungseinkauf

---

### 10 Transparenz und Agilität sind Trumpf

Wie Produktanläufe in globalen Lieferketten gelingen – eine Case Study

---

### 11 Transformation im Einkauf und was danach kommt

Digitale Initiativen verändern nicht nur die IT-Landschaft, sondern auch die Organisation

---



---

### 12 Einkauf 2020: Gewinner oder Verlierer?

Dr. Christoph Streng und Ben Grudda über die Chancen der Digitalisierung für den Einkauf

---

### 14 Optimale Wertschöpfung im Mittelstand

Was sind die Erfolgstreiber für Wertschöpfung im internationalen Wettbewerb?

---

### 15 Firmenprofile

Beratungsansatz, Leistungsschwerpunkte, Kontaktmöglichkeiten:  
Einkaufsberatungen stellen sich vor

---

### 24 Marktübersicht

Zahlen, Daten, Fakten:  
Verzeichnis von Einkaufsberatungen in Deutschland

---

# Unternehmen lassen sich für die digitale DNA von Consultants unterstützen

Die Nachfrage nach Consulting-Dienstleistungen zeigt sich weiterhin ungebremst. Die deutsche Wirtschaft, aber auch der öffentliche Sektor reagieren auf die vielfältigen Veränderungsanforderungen, die in hohem Maße von der laufenden digitalen Transformation bestimmt werden.

Im vergangenen Jahr konnte die Branche der Strategie-, Organisations-, IT- sowie Human-Ressourcen-Berater ihren Umsatz um 8,5 Prozent auf 31,5 Milliarden Euro (2016: 29,0 Milliarden Euro) steigern. Damit erzielten die Unternehmensberater im achten Jahr in Folge ein Umsatzplus, so die Ergebnisse der Branchenstudie „Facts & Figures zum Beratermarkt“ 2018. Das durchschnittliche Branchenwachstum im Zeitraum 2010 bis 2017 lag bei 7,5 Prozent und damit deutlich über dem Bruttoinlandsprodukt (BIP). Insgesamt lässt sich beobachten, dass die Kunden der Consulting-Firmen umfangreich in Zukunftsthemen investieren, zugleich aber auch die Optimierung der Produktivität vorantreiben.

Der Handel mit einem Plus von 12,2 Prozent und die Konsumgüterindustrie mit einem Plus von 9,9 Prozent gehörten im Jahr 2017 wie bereits im Vorjahr zu den Klienten-Zielgruppen mit dem stärksten Nachfragewachstum. Beide Branchen befinden sich mitten in weitreichenden Transformationsprozessen durch die voranschreitende Digitalisierung. Wer als Unternehmen überleben will, muss sich konsequent an den Kundenbedürfnissen orientieren, seine eigene Marke stärken sowie strategische Kooperationspartnerschaften abschließen und deren Zusammenarbeit organisieren. Der Einsatz von Robotertechnologie – Stichwort Automatisierung von Prozessen – verändert Logistik und Lagerhaltung gravierend. Besonders der Aufgabe, schnelle, hochverlässliche und zugleich intelli-

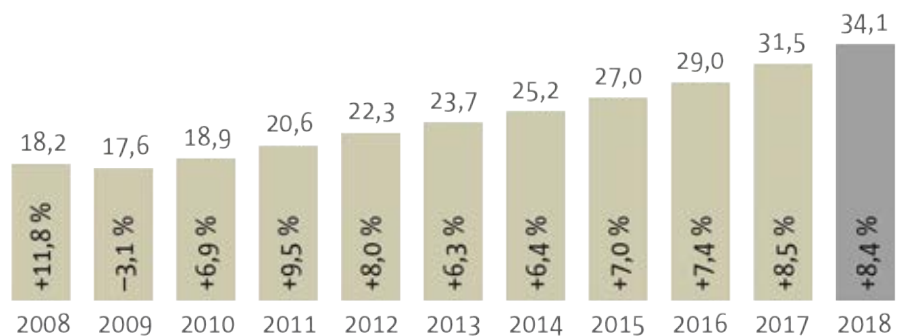
gente Logistikketten zu installieren, fällt eine tragende Rolle zu.

**■ Prognose 2018: Wachstum von rund acht Prozent.** Die Aussichten für die deutsche Consulting-Branche bleiben vor diesem Hintergrund für 2018 ebenfalls sehr positiv. Aus den Studien-Einschätzungen der Marktteilnehmer in der vom Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) durchgeführten Branchenstudie ergibt sich rein rechnerisch ein prozentualer Anstieg des Gesamtumsatzes von 8,4 Prozent. Ende 2018 würde der Umsatz dann bei 34,1 Milliarden Euro liegen. Der Anteil der Marktteilnehmer, die eine positive Wachstumsprognose für 2018 abgegeben haben, ist im Vergleich zum Vorjahr nochmals gestiegen und liegt bei 78 Prozent (Prognose 2017: 73 Prozent). Die großen Consulting-Firmen mit über 50 Millionen Euro Umsatz zeigen sich mit einem Anteil von 88 Prozent noch

deutlich optimistischer als der Marktdurchschnitt. Die Unternehmensberatungen der Größenklassen zwischen 1 Million und 15 Millionen Euro Umsatz liegen bei der positiven Bewertung der Geschäftsaussichten für 2018 (81 bis 89 Prozent) alle jeweils kräftig über den Prognosewerten des vergangenen Jahres (72 bis 83 Prozent).

**■ Unterstützung beim Veränderungsmanagement gefragt.** Aus den Branchen Professional Services (+9,7 Prozent), Healthcare (+9,6 Prozent) sowie Chemie/Pharma erwarten die Consultants für das Jahr 2018 die stärkste Nachfrage nach Beratungsleistungen. Wichtig für das Consulting-Geschäft ist aber auch das erwartete Nachfrageverhalten traditionell bedeutender Branchen. Konsumgüterindustrie (+9,3 Prozent), Maschinenbau (+9,0 Prozent), Handel (+8,9 Prozent), Kreditinstitute (+8,6 Prozent) sowie Automotive (+8,5

## UMSATZENTWICKLUNG DER CONSULTING-BRANCHE



Quelle: BDU, Angaben in Mio. Euro, Prognose für 2018

## STARK WACHSENDE BERATUNGSFELDER 2018



Quelle: BDU

Prozent) liegen oberhalb des prognostizierten Branchenwachstums von 8,4 Prozent. Und die Herausforderungen in der deutschen Wirtschaft bleiben vielfältig und die Gründe für den Einsatz von Consultants groß. In der Automobilbranche müssen beispielsweise passende Lösungen gefunden werden angesichts neuer Technologien rund um alternative Antriebe, des vermehrten Einsatzes von IT oder des Hereindrängens von Plattformen in Businessmodelle.

Hohe Anforderungen werden auch an die Banken gestellt. Sie müssen kosteneffizientere Prozesse gestalten, den Vertrieb optimieren, in konsumentenfreundliche Technologien investieren und neue digitale Produkte entwickeln. Diesen Herausforderungen auf der Klientenseite folgend, erwarten die Unternehmensberater eine hohe Nachfrage ihrer Klienten für die Beratungsthemen Change Management (+9,9 Prozent), Business Development & Innovation (+8,8 Prozent) sowie Customer Relationship Management (CRM) und Vertrieb (+8,9 Prozent). Aber auch für das Beratungsfeld IT-Datenschutz und -sicherheit wird für 2018 ein starkes Wachstumspotenzial von 9,5 Prozent prognostiziert. Hintergrund dürfte sein, dass viele Unternehmen weiterhin besonderen Beratungsbedarf im

Hinblick auf die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) haben.

■ **Betriebswirtschaftliches, technisches und kreatives Know-how.** Auch die Consulting-Branche selbst wird merklich durch die zunehmende Digitalisierung gekennzeichnet. Damit steigt für die Unternehmensberatungen der Druck, das eigene Geschäftsmodell an die Bedarfe der Klienten anzupassen. Dabei sehen sich die Marktteilnehmer für die Zukunft gut gerüstet. 94 Prozent der Consulting-Firmen gehen davon aus, dass der Bedarf an qualifizierten Beratungsleistungen angesichts der schnellen und komplexen Veränderungsprozesse bei den Klienten weiter steigen wird. Besonders die großen (Zustimmung: 100 Prozent) und mittleren Unternehmensberatungen (Zustimmung: 97 Prozent) sind hiervon besonders überzeugt. Die geschickte Kombination von betriebswirtschaftlichem und technischem Know-how gepaart mit kreativen Fähigkeiten wird dabei als Erfolgsfaktor Nr. 1 für die berufliche Tätigkeit bewertet (Zustimmung: 100 Prozent).

Diese Vielfältigkeit an Fertigkeiten in der Beratung spielt auch entlang der Customer Journey und Customer Experience bei den Klienten eine tragende Rolle, sodass die Studienteilnehmer bei diesen Beratungsthemen eine stei-

gende Bedeutung prognostizieren (Zustimmung: 92 Prozent). Zentrales Ziel in den Unternehmen ist dabei, eine kundenzentrierte Organisation aufzubauen, die durch und durch auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet ist und agil auf notwendige Anpassungen reagiert. Produkte und Dienstleistungen werden dabei personalisiert und individualisiert. Auf diesem Wege gelingt es Unternehmen, den Kunden das passende Angebot zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu liefern. Kundenbeziehungen aufzubauen und langfristig zu erhalten wird so zur entscheidenden Voraussetzung für erfolgreiche Geschäftsmodelle.

Um diese Beratungsleistungen qualifiziert anbieten zu können, kaufen große Unternehmensberatungen verstärkt Know-how – zum Beispiel Digital- und Werbeagenturen – hinzu, während mittlere vermehrt Kooperationen abschließen. Für die Consultants steht außer Frage, dass Beratungsprojekte mit Digitalisierungshintergrund ein wesentlicher Wachstumstreiber für die Branche bleiben werden (Zustimmung: 93 Prozent). Projekte mit den Klienten, in denen die Themen Big Data und Datenanalyse im Mittelpunkt stehen, sollen daher zum Beispiel deutlich weiter ausgebaut werden. (Zustimmung: 95 Prozent). Dabei setzen die Consultants auf moderne Analyse-Tools, mit denen sich komplexe Datenstrukturen effizienter und schneller analysieren lassen. Die Weiterentwicklung von Analytics-Know-how wird daher in den kommenden Jahren weiter vorangetrieben werden. In diesem Zusammenhang arbeiten auch immer mehr Unternehmensberatungen an eigenen IT-Lösungen, bei denen Consulting-Leistungen auf der Grundlage von Daten in Software-Tools Eingang finden. Diese werden den Kunden als As-a-service-Modell zur Nutzung angeboten.

**Christoph Weyrather**

Geschäftsführer, Bundesverband  
Deutscher Unternehmensberater (BDU)



**ERIK HOFMANN**

Prof. Dr. Erik Hofmann ist an der Universität St. Gallen als Professor und Direktor am Institut für Supply Chain Management tätig. Zu seinen Forschungsgebieten gehören die Schwerpunkte Beschaffung und Supply Chain Innovations. Prof. Hofmann habilitierte zu dem Thema „Interorganizational Operations Management“ mit Fokus auf internationale Wertschöpfungsnetzwerke. Im Sommer 2018 erschien sein neuestes Buch „Dienstleistungseinkauf“ bei Springer Gabler.

Foto: privat

# „Der Einkauf muss seine moderierende Rolle ausfüllen“

Im BIP-Interview erklärt Prof. Erik Hofmann, was den Dienstleistungseinkauf so herausfordernd macht, spricht über die Erkenntnisse der Wissenschaft in Bezug auf die Bewertung und Beschaffung von Beratungsleistungen und gibt Tipps, wie typische Fehler im Beschaffungsprozess vermieden werden.

**BIP: Der Einkauf von Beratungsleistungen ist klassischerweise Teil des Dienstleistungseinkaufs. Mit welchen Herausforderungen sehen Sie den Dienstleistungseinkauf konfrontiert?**

**Erik Hofmann:** Beim Dienstleistungseinkauf gibt es sowohl grundlegende als auch aktuelle Herausforderungen. Zu den grundlegenden Herausforderungen zählt etwa, dass Dienstleistungen vor dem Leistungsbezug nicht evaluierbar sind und der Bedarfsträger in den Einkaufsprozess einbezogen werden muss. Darüber hinaus beobachten wir im Zusammenhang mit der Dienstleistungsbeschaffung noch immer eine relative hohe Maverick-Buying-Rate. Vor allem vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung des Dienstleistungseinkaufs sollten Unternehmen ihre

Kompetenzen in der Beschaffung von Services ausbauen, um strukturelle Schwierigkeiten zu überwinden. Aktuell sieht sich der Dienstleistungseinkauf vor allem mit Herausforderungen durch die Digitalisierung konfrontiert. Bestehende Evaluierungstools sind bislang in der Regel auf den Gütereinkauf fokussiert und beziehen qualitative Leistungsaspekte nur unzureichend mit ein.

**Einerseits müssten viele Dienstleistungen ja prädestiniert sein für eine Automatisierung, andererseits sind Dienstleistungen – gerade Beratungsleistungen – ja ein sehr persönliches Geschäft ...**

Die grössten Auswirkungen beobachten wir bei der Vereinfachung operativer Einkaufsprozesse durch IT-Unterstützung sowie bei den beschafften Leis-

tungen selbst. Natürlich sind bereits zahlreiche Software-Lösungen für den professionellen Einkauf auf dem Markt. Problematisch ist jedoch, dass die zur Verfügung stehenden Tools nur selten auf den Dienstleistungseinkauf zugeschnitten sind und stattdessen für den Einkauf von Waren und Gütern entwickelt wurden. Die Entwicklung von spezifischen Bewertungswerkzeugen für den Einkauf und die Nutzung von Dienstleistungen befinden sich noch im Frühstadium. Wie die Ergebnisse einer aktuellen Studie von ISCM-HSG zeigen, sehen auch deshalb derzeit mehr als 40 Prozent der befragten Unternehmen wenige Vorteile durch den Einsatz bestehender IT-Systeme in Bezug auf den Dienstleistungseinkauf. Die Heterogenität des beziehbaren Dienstleis-

tungsspektrums wirkt hierbei sicherlich nicht gerade förderlich.

### **Wie stellt sich der Markt für den Einkauf von Beratungsleistungen im Speziellen dar?**

Der Einkauf von Beratungsleistungen zählt zu den „nichttraditionellen“ Einkaufsfeldern, was zum Beispiel auch auf Marketingdienstleistungen zutrifft. Obwohl sich viele Einkaufsleiter über eine Ausdehnung ihrer Verantwortungsbereiche freuen, sei Vorsicht angemahnt. Gerade der Markt für Beratungsdienstleistungen hält zahlreiche Stolpersteine für Einkäufer bereit. Allein in Deutschland waren 2017 rund 19.000 Beratungsunternehmen mit über 115.000 Beratern aktiv. Alleinstellungsmerkmale weichen auf und Preispolitiken sind vielfach intransparent. Gepaart mit der branchentypischen Personalfuktuation stellt sich die Evaluation der Beratungsdienstleistung als große Herausforderung dar.

### **Wie lassen sich Beratungsdienstleistungen bestmöglich bewerten und beschaffen? Welche Erkenntnisse aus der Wissenschaft gibt es diesbezüglich?**

Vergleichen wir etwa Logistikdienstleistungen und Beratungsdienstleistungen, so zeigt sich, dass mit der Liefertermintreue oder der Umschlagshäufigkeit qualitative Kenngrößen in der Logistik verhältnismäßig einfach und präzise quantifiziert werden können. Bei Beratungsdienstleistungen hingegen fällt auf, dass je nach Art der Beratung andere Erfüllungskriterien relevant sind, die wiederum unterschiedliche Messgrößen erfordern. Ein erster Schritt zur Erstellung eines ganzheitlichen Bewertungskonzepts besteht folglich darin, eine Einteilung von Dienstleistungen nach spezifischen Anforderungen vorzunehmen. Im zweiten Schritt geht es darum, eine einheitliche Tagessatzstruktur aufzustellen, welche nicht nur die unterschiedlichen Senioritätsstufen der eingesetzten Berater berücksichtigt, sondern auch deren Leistungsvermögen. Beratungshäuser, welche in der Vergangenheit eine gute Performance ab-

geliefert haben, werden dabei höher eingestuft und können einen höheren, fixierten Tagessatz verrechnen. Ein wichtiger dritter Schritt geht mit der Evaluation der eingekauften Leistungen einher, welche sich auf einzelne Wertbestandteile der Beratungsdienstleistung konzentrieren sollten. Allerdings lassen sich Beratungen gerade hierbei nur äußerst ungern in die Karten blicken. Der „Advanced Value Break Down“-Ansatz, welchen wir zur Überwindung dieser Herausforderungen entwickelt haben, greift die exakte Wertbemessung einzelner Teilleistungen auf.

### **Welche Vergütungsmodelle für Beratungsleistungen sind üblich und welche sind wann geeignet?**

Am meisten verbreitet sind Projektpauschalen sowie Performance-basierte Vergütungsmodelle. Die jeweiligen Vor- und Nachteile sind typischerweise eine Frage der Perspektive. Aus Sicht des Einkäufers bringen Projektpauschalen eine hohe Planbarkeit und vereinfachte Gegenüberstellung mit weiteren Angeboten mit sich. Allerdings besteht immer die Gefahr, dass diese Pauschalen in der Tendenz zu hoch ausfallen. Diesem Umstand tragen Performance-basierte Modelle Rech-

**„40 Prozent der Unternehmen sehen wenige Vorteile ihrer bestehenden IT-Systeme in Bezug auf den Einkauf von Dienstleistungen.“**

nung, welche zum Beispiel Teile der Honorarberechnung an den realisierten Erfolgen messen.

### **Welche Tipps haben Sie für einen reibungslosen internen Prozess des Dienstleistungseinkaufs, der Bedarfsträger und Einkäufer gleichermaßen einbindet?**

In jedem Fall sollte die Festlegung der Anforderungen nicht ausschließlich durch den Einkäufer, sondern stets in Zusammenarbeit mit dem Bedarfsträger der zu beziehenden Leistung erfolgen. Weiterhin kann es in Bezug auf Erstbeschaffungen oder besonders komplexe Leistungsbündel sinnvoll sein, einen Experten bei der Anforderungserstellung miteinzubeziehen. Zudem empfiehlt es sich, Referenzen vergangener Projekte einzuholen. Zu guter Letzt ist festzulegen, ob man einen Dienst- oder einen Werkvertrag mit dem Beratungshaus abschließen möchte. Gerade die ausschreibungskonforme Formulierung des Leistungserfolgs ist beim Werkvertrag eine Herausforderung für die Bedarfsträger.

### **Was sind sonst noch typische Fehler beim Einkauf von Beratungsleistungen, die Sie beobachten und wie sollten sie vermieden werden?**

Typische Fehler sind beispielsweise eine unklare Einkaufsstrategie insbesondere in Bezug auf Dienstleistungen. Diese sollte Zielvorgaben mit verschiedener Granularität definieren und in der Form ausgestaltet sein, dass auch eine möglichst objektive Kontrolle der Zielerreichung möglich ist. Hierbei sei die Anforderung hervorgehoben, dass die Strategie zwingend zwischen dem direkten und dem indirekten Einkauf, zu dem neben Dienstleistungen auch Investitionsgüter gehören, unterscheiden sollte. Ebenfalls wichtig – speziell in der Vorbereitungsphase – ist die gemeinsame Festlegung von Anforderungen mit den Fachbereichen, die in eine spätere Ausschreibung integriert werden. Eine Messbarkeit der Kriterien sollte spätestens zum Zeitpunkt der Ausschreibung sichergestellt werden. Der Einkäufer muss sich hierbei einmal mehr mit den internen und externen Schnittstellenpartnern vernetzen und seine koordinierende beziehungsweise moderierende Rolle ausfüllen.

---

Das Interview führte Tobias Anslinger, BME

---

# Anlaufmanagement: Transparenz und Agilität sind Trumpf

Produktanläufe in globalen Lieferketten führen zu einer Vielzahl von Herausforderungen. Mit agilen Methoden im Projekt und der Herstellung von Transparenz im Liefernetzwerk kann den Herausforderungen begegnet werden. Die PROTEMA Unternehmensberatung beschreibt anhand eines Kundenprojekts den Handlungsbedarf und mögliche Lösungsansätze in diesem Spannungsfeld.

**B**ei einem OEM-Lieferanten entstand Handlungsbedarf, da ein Automobilhersteller in Japan im Hochlauf eines neuen Produktes nicht planmäßig beliefert werden konnte. Die vorgelagerte Lieferkette bestand aus neuen Lieferanten in Südeuropa und in Deutschland. PROTEMA wurde zur Erarbeitung und Umsetzung von Abhilfemaßnahmen hinzugezogen.

Für die Herstellung des neuen Produktes des OEM-Lieferanten waren zusätzliche Fertigungskapazitäten bei den Lieferanten notwendig. Anlagen, Werkzeuge und Materialien mussten entsprechend der Hochlaufkurve zur Verfügung stehen und die Komponenten in geforderter Qualität produziert werden. Als sehr kritische Faktoren wurden im Projekt sowohl die Fertigungskapazitäten, die nicht rechtzeitig in geplanter Höhe verfügbar waren, als auch die Qualität identifiziert. Da das geforderte Qualitätslevel nicht erreicht wurde, lag die Fehlerquote höher als

erwartet und Engpässe in der Versorgung des OEMs entstanden.

Der Ansatz von PROTEMA basierte auf einem Quick-Check und der Analyse der Ursachen, der Einleitung von Sofortmaßnahmen sowie dem beständigen Arbeiten an Abhilfemaßnahmen und nachhaltigen Lösungen, um die geplante Hochlaufkurve zu erreichen. Zwei ausgewählte Sofortmaßnahmen, die schnell Erfolge erzielt haben, werden beispielhaft erläutert.

Um die Kapazitäts- und Qualitätsprobleme bei den Unterlieferanten zu lösen, war es wichtig, schnell und flexibel zu agieren. Als erste Maßnahme wurden deshalb agile Methoden im Projekt eingeführt. Beispielsweise wurden in täglichen 15-Minuten-Meetings, sogenannten Daily Stand-ups, der aktuelle Status zu Kapazitäten bei Lieferanten und voraussichtliche Abweichungen von der Anlaufkurve crossfunctional besprochen. Gegenmaßnahmen, wie die Änderung des Schichtmodells oder

die Verkürzung der Beschaffungszeit, konnten proaktiv eingeleitet werden.

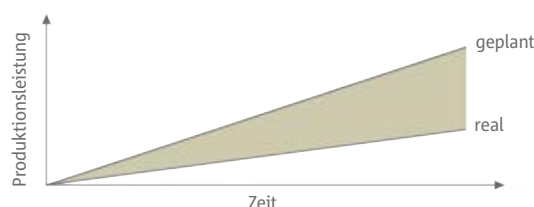
Voraussetzung für die Vorbereitung und Durchführung der Maßnahmen war Klarheit über die bereits produzierte Ware, die geplante Produktion der Lieferanten, die vorhandenen Kapazitäten im Zeitverlauf und das Qualitätsniveau. Gleiches galt für die Transparenz zu Beschaffungszeiten, Freigabeanforderungen und -fenstern von Maschinen, Anlagen und Werkzeugen. Deshalb suchte PROTEMA die enge Abstimmung und die Optimierung mit jedem Unterlieferanten. Es wurden Statusberichte eingeführt, die laufend aktualisiert wurden. Für die globale Lieferantenkette im Projekt eigneten sich dezentral verwaltete Statusberichte, die in einer Cloud zur Verfügung standen und von allen Projektbeteiligten eingesehen werden konnten.

Die Erfahrungen von PROTEMA aus ähnlich gelagerten Projekten zeigen, dass zahlreiche Hebel existieren, um durch ein Anlaufmanagement den Anlauf erfolgreich zu gestalten. Eine partnerschaftliche Abstimmung und detaillierte Planung mit den einzelnen Lieferanten zur Herstellung von Transparenz entlang der Lieferkette sowie eine effiziente Kommunikation sind dabei die Schlüssel zum Erfolg.

## ABWEICHUNG VON GEPLANTER UND TATSÄCHLICHER AUSBRINGUNG UND POTENZIELLE GRÜNDE

Gründe für das Delta zwischen geplant und real:

- Fertigungskapazitäten stehen nicht rechtzeitig zur Verfügung
- Geforderte Produktqualität wird nicht erreicht
- Fehler in der Planung zum Hochlauf



Quelle: PROTEMA

**Michal Řiha**

Mitglied der Geschäftsleitung,  
PROTEMA Unternehmensberatung GmbH

# Transformation im Einkauf und was danach kommt

Digitale Initiativen verändern nicht nur die IT-Landschaft, sondern haben auch einen erheblichen Einfluss auf Organisation und Mitarbeiter. Zudem müssen bei der Einführung neuer IT-Systeme und Tools immer häufiger das gesamte Geschäftsmodell und die Abläufe im Unternehmen hinterfragt und angepasst werden. Was heißt das für den Einkauf?

In Sachen digitaler Transformation befindet sich der Einkauf in keiner einfachen Ausgangssituation. In der Praxis lassen sich zwei Ausprägungen beobachten: Der Einkauf ist entweder – untergeordneter – Teil einer unternehmensweit angelegten digitalen Transformation oder es werden spezifische Digitalisierungsinitiativen innerhalb des Einkaufs gestartet, die vermeintlich keine Abhängigkeiten zu anderen Projekten im Unternehmen besitzen.

Bei einer unternehmensübergreifenden digitalen Transformation wird der Bereich Einkauf in der Regel nur oberflächlich mit behandelt. So besteht die Gefahr, dass bei der Transformation zu sehr die internen Belange in den Vordergrund treten und weniger die Anbindung an den Markt mit Lieferanten und Dienstleistern. Dies führt oftmals dazu, dass strategische wie auch operative Einkäufer sich in der späteren eingeführten Lösung nicht wiederfinden oder sich schwer tun, das Potenzial der betreffenden Technologie zu heben.

Gründe finden sich oftmals im Fehlen einer fachbereichsspezifischen digitalen Strategie und eines Change-Management-Ansatzes, der die Interessen der Einkäufer und der Organisation gegenüber den technischen Möglichkeiten der Lösung und dem Implementierungspartner vertritt und das Einkaufsteam frühzeitig auf die Zukunft vorbereitet. Eine auf die Fachbereiche ausgelegte digitale Strategie

und Sensibilität für die Business-Themen sind die zwei Kernelemente eines erfolgreichen Transformationsprogramms.

■ **Herausforderung Cloud.** Dies gilt insbesondere, wenn Cloud-basierte Lösungen im Spiel sind. Klassische Implementierungsansätze, wie sie etwa noch zu Beginn des Jahrtausends praktiziert wurden, funktionieren im heutigen Cloud-Zeitalter nicht mehr. In der Cloud-Welt erlauben vorkonfigurierte Templates kaum individuelle Anpassungen. Bei der Implementierung von Cloud-Lösungen ist es daher ungleich wichtiger, Einkäufer und Organisation zu befähigen, aus der Lösung das Beste herauszuholen. Zudem muss sich das Einkaufsteam zukünftig verstärkt an vorgegebenen Prozessen orientieren, was den Mitarbeitern eine enorme Veränderung abverlangt. Es gilt also, das Team frühzeitig abzuholen und auch auf veränderte Rollen, Prozesse und Organisationen vorzubereiten. Dies kann einer historisch gewachsenen Organisation und Prozesswelt die nötige Struktur geben, aber auch dazu führen, dass sich weiterentwickelte Organisationen unter Umständen schmerzhaften Anpassungen fügen müssen.

■ **Spezifische Lösungen durchdenken.** Bei der Digitalisierung von spezifischen Bereichen im Einkauf scheinen Problemlösung und Aufwand zunächst überschaubar und klar zu sein. Alleinstehende Lösungen bergen allerdings das Risiko, dass zusätzliche Aufwendungen für Schnittstellen oder Daten-

management die Sinn- und Wirtschaftlichkeit der Lösungseinführung torpedieren. Zudem ist der Nutzen, der sich durch die Vernetzung von Systemen und damit die Durchgängigkeit von Prozessen ergibt, gefährdet. Über den Tellerrand hinausdenken und das IT-Gesamtbild im Blick behalten, heißt also die Devise.

■ **Die digitale Strategie im Fokus.** Die Digitalisierung ist definitiv keine reine Technologiefrage, kann aber auch von dieser nicht losgelöst betrachtet werden. Insbesondere im Einkauf, der einen großen Beitrag zur Profitabilität eines Unternehmens leisten kann, sind schlanke und effiziente Prozesse ein wichtiger Hebel, um sich stärker den Märkten und Lieferanten zu widmen.

Die Empfehlung lautet also, zu Beginn und bedingt auch während der digitalen Transformation immer der (digitalen) Strategie die nötige Aufmerksamkeit zu geben. Insbesondere bei den Auswirkungen auf die Organisation und die Mitarbeiter braucht es ein durchdachtes Konzept, eine transparente Kommunikation und bei allen involvierten Parteien Verständnis für das Business.

---

**Ferhat Eryurt**

Partner Strategic Procurement & Transformation,  
CAMELOT Management Consultants

---

# Einkauf 2020: Gewinner oder Verlierer?

Dr. Christoph Streng und Ben Grudda von der Beratungsgesellschaft Ayming sprechen über die Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für den Einkauf, erklären ihren Beratungsansatz, wie sie als Dienstleister den Einkaufsabteilungen helfen können und warum Talentmanagement in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielt.

**H**err Dr. Streng, Herr Grudda, Ayming ist als Brand in Deutschland noch nicht so bekannt. Woran liegt das?

**Ben Grudda:** Ayming ist eine führende internationale Consulting-Gruppe, welche aus dem Zusammenschluss der Alma Consulting Group und Lowendalmasäi entstand, daher ist der Name Ayming in Deutschland noch nicht so geläufig. Die Alma Consulting Group wurde jedoch schon 1986 gegründet, man blickt also schon auf über 30 Jahre Erfahrung zurück.

**Inwieweit kann Ayming als Beratungsunternehmen die Nachfrage nach Themen wie digitale Transformation und Innovation bestätigen?**

**Dr. Christoph Streng:** Sicherlich beschäftigen sich im Prinzip alle Unternehmen damit. Es macht also kaum einen Unterschied ob Start-up, Mittelstand oder Konzern. Gerade für Schnittstellenfunktionen sind diese Themen enorm wichtig und für den Einkauf umso mehr. Hier besteht akut Handlungsbedarf.

**Weshalb sind diese Themen für den Einkauf wichtig und warum sollte er jetzt handeln?**

**Grudda:** Die neuesten digitalen Einkaufstools bieten Unternehmen Möglichkeiten, die es in dieser Form bisher nicht gegeben hat. Wer glaubt, mit einem Festhalten an jahrzehntealten Einkaufsprozessen und Tools die nächste Welle der Digitalisierung zu überleben, wird definitiv zu den Verlierern von morgen gehören.



**„Wer glaubt, mit einem Festhalten an alten Prozessen und Tools die nächste Welle der Digitalisierung zu überleben, wird zu den Verlierern gehören.“**

Ben Grudda

**Inwiefern?**

**Grudda:** Das Betätigungsfeld des Einkaufs ist grundlegend vielschichtig. Darin liegt gleichermaßen Potenzial und Risiko. Viele Tätigkeiten vor allem des operativen Einkaufs sind heute automatisierbar. Damit wird es diese Bereiche in Zukunft so nicht mehr geben. Andererseits muss der Einkauf seine strategischen Komponenten stärker ausrichten. Somit bedarf es hier einer Transformation auf vielen Ebenen.

**Aber kann der Einkauf diese Themen nicht ohne fremde Hilfe bewältigen?**

**Streng:** Nein. Die digitalen Technologien werden in einer immer schneller werdenden Folge entwickelt. Die meisten Organisationen können die notwendigen Ressourcen nicht vorhalten, um

immer auf dem aktuellen Kenntnisstand zu sein. Zudem fehlt ihnen die wirkliche Transparenz bezüglich der Vor- und Nachteile etwaiger Software-Tools und welche nun speziell für ihre Anforderungen am besten geeignet wären.

**Das heißt, es werden womöglich falsche Entscheidungen bezüglich dieser wichtigen, richtungsweisenden Themengebiete getroffen?**

**Grudda:** Allzu häufig konnte beobachtet werden, dass Unternehmen ohne Expertise von außen auf die für ihre Anforderungen sagen wir mal „zweitbeste“ Lösung gesetzt haben und nun der gewünschte Erfolg inklusive „Return on Invest“ ausbleibt. Ohne eine intensive Partnerschaft mit einer auf dieses Thema spezialisierten Unter-

nehmensberatung geraten Einkaufsabteilungen schnell in eine Abwärtsspirale bestehend aus Ineffizienzen, zu geringem Wertbeitrag, fehlender Mitarbeiterentwicklung und somit zusätzlich geringer Attraktivität für High Potentials im „War for Talents“.

#### **Mit einer Unternehmensberatung ist der Erfolg also gesichert?**

**Grudda:** Die digitale Transformation von Einkauf und Supply Chain Management kann meines Erachtens mit der Besteigung eines Achtausenders verglichen werden, nehmen wir zum Beispiel den Mount Everest. Kein Bergsteiger dieser Welt würde ein solches Unterfangen ohne Bergführer starten, die den Mount Everest in- und auswendig kennen. Spezialisierte Unternehmensberatungen sind diese erfahrenen Bergführer und sichern den maximalen Erfolg hinsichtlich digitaler Transformation. Die Auswahl des Partners und des Teams ist sicherlich ein wesentlicher Baustein des Erfolges, hier sollte man mit der nötigen Sorgfalt und Professionalität die für sich richtigen Entscheidungen treffen. Unsere Kunden profitieren jedenfalls nicht nur durch die Erzielung des gewünschten „Return on Invest“, sondern auch von einer wesentlich kürzeren Projektlaufzeit und geringeren Gesamtkosten.

#### **Wie stellen Sie das sicher?**

**Streng:** Unsere oberste Maxime bei der Mitarbeiterauswahl ist Qualität vor Quantität. Die Ayming-Familie besteht aus Experten für Strategie, Prozesse und digitale Technologie, wobei die Expertise immer mit einem hohen Maß an Empathie gekoppelt sein sollte.

#### **Warum legen Sie Wert auf Empathie als Eigenschaft bei der Auswahl Ihrer Mitarbeiter?**

**Streng:** Die digitalen Technologien erfordern tiefgreifende Veränderungen im Einkauf, nicht umsonst führen wir so viele Projekte bezüglich der „Transformation of the procurement function“ durch. Diese Veränderungen betreffen die Prozesse, die Organisation

---

**„Wir werden vollkommen neue Anforderungsprofile für die Mitarbeiter im Einkauf benötigen, doch nur wenige haben sich bisher damit beschäftigt.“**

**Dr. Christoph Streng**



sowie wie die Anforderungen und Fähigkeiten, die an einen Mitarbeiter im Einkauf gestellt werden. Wir sind überzeugt, dass es letzten Endes die Menschen sind, die die Veränderungen bewirken. Ein hohes Maß an Empathie ist unumgänglich, Menschen zu helfen, den Weg der Veränderungen erfolgreich zu meistern.

#### **Das führt unmittelbar zum Thema Talentmanagement, jeder spricht davon. Welche Herausforderungen sehen Sie hier auf den Einkauf zukommen?**

**Streng:** Wir werden vollkommen neue Anforderungsprofile für die Mitarbeiter im Einkauf benötigen, doch nur wenige haben sich bisher damit beschäftigt. Was macht zum Beispiel ein Data Scientist im Einkauf? Welche Aufgaben soll er bewältigen? Welche Rahmenbedingungen muss ein Unternehmen für diese Mitarbeiter schaffen? Die damit einhergehenden Strukturveränderungen erfordern auch ein Umdenken im Management. Auch hier ist wieder ein hervorragendes Zusammenspiel von externen Partnern wie Ayming sowie den HR-Abteilungen unserer Klienten erforderlich.

#### **Wo liegt denn neben dem Strukturwandel der echte Wertbeitrag?**

**Grudda:** Klarerweise in der stärkeren strategischen Ausrichtung. Sehen wir uns die Nutzung der Innovationskraft der Lieferanten an. Da liegt ein enormes Potenzial, welches oft nur im Zusammenspiel mit neuen digitalen Technologien ausgeschöpft werden kann. Hier schließt sich dann wieder der Kreis.

#### **Also sehen Sie den Einkauf in seiner Bedeutung wachsen?**

**Grudda:** Es liegt letztendlich an den handelnden Personen. Die Unternehmen, denen die digitale Transformation ihrer Einkaufsabteilung gelingt und die damit die Innovationskraft ihrer Lieferanten für sich zur Ergebnisverbesserung nutzen können, werden zukünftig die Nase vorn haben. Der damit verbundene Beitrag dieser Einkaufsabteilungen zur Top und Bottom Line wird zu signifikantem, profitablen Wachstum führen und damit den CPO in die Vorstandsetage.

---

**Dr. Christoph Streng**, Managing Partner, Ayming Deutschland GmbH

**Ben Grudda**, Director Sales & Business Development, Ayming Deutschland GmbH

---

# Optimale Wertschöpfung im Mittelstand

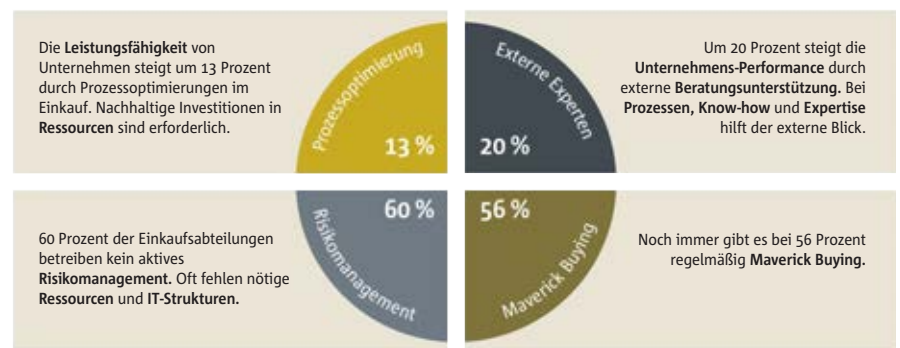
Unternehmen haben große Herausforderungen zu meistern, um im internationalen Wettbewerb eine optimale Wertschöpfung zu erreichen. Erfolgstreiber sind Kosteneffizienz, ein gut strukturierter Einkauf und optimale Prozesse. An diesen Stellhebeln setzt Expense Reduction Analysts an. Die erfahrenen Spezialisten führen ihre Kunden dank langjähriger Branchen-, Einkaufs- und Führungserfahrung umsetzungsorientiert zu messbaren und nachhaltigen Ergebnissen.

**A**ngesichts der Globalisierung der Märkte und der voranschreitenden Digitalisierung versuchen viele mittelständische Unternehmen und Organisationen, ihre Strategien dahingehend anzupassen. Allerdings fehlt es in Unternehmen oft an den nötigen Ressourcen, Marktwissen und teilweise dem Know-how. Dies hat unter anderem die aktuelle Studie „Optimierter Einkauf in der Hochkonjunktur“ des Bundesverbandes Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME), der EBS Universität für Wirtschaft und Recht und von Expense Reduction Analysts ergeben. Demnach werden Beratungen beauftragt, wenn benötigtes Wissen und Expertise im Unternehmen nicht vorhanden sind bzw. klare und effiziente Einkaufsstrukturen aufgebaut werden sollen.

Was die Ergebnisse der Studie zudem zeigen, ist, dass sich die Rolle des Einkaufs geändert hat – hin zum „Enabler“ der Produktion. Allerdings heißt dies auch, dass klassische Einkaufsfunktionen wie die Optimierung von Beschaffungskosten in den Hintergrund gerückt sind. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass Maverick Buying in über der Hälfte der Unternehmen immer noch ein Problem ist.

Expense Reduction Analysts unterstützt Unternehmen, Einrichtungen der öffentlichen Hand und Non-Profit-Organisationen dabei, in volatilen Märkten effizient einzukaufen und Prozesse zukunftsfest zu gestalten. Dabei werden sowohl Einkaufskosten analysiert und optimiert, wie auch

## OPTIMIERTER EINKAUF IN DER HOCHKONJUNKTUR



Quellen: Expense Reduction Analysts, BME, EBS

Produktionsprozesse so verbessert, dass mit demselben Aufwand mehr produziert werden kann.

■ **Externes Wissen hilft dem Mittelstand.** Dass die Zusammenarbeit mit Beratungen und die Offenheit gegenüber externem Wissen erfolgskritischen Mehrwert bringt, zeigt sich gerade bei mittelständischen Unternehmen mit 100 bis 1.000 Mitarbeitern. Laut der Studie steigern Unternehmen ihre Performance gegenüber vergleichbaren Unternehmen um 20 Prozent, wenn sie mit spezialisierten Beratungsunternehmen zusammenarbeiten.

Der Blick von außen hilft gerade bei der Digitalisierung von Prozessen. Hier geht es nicht darum, analoge Prozesse zu digitalisieren, sondern die Einkaufs-, Bestell- und Abrechnungsprozesse so anzupassen, dass diese kosten- und personaleffizient durchgeführt werden können. Die aktuelle Studie zeigt, dass hier maximal ein

Drittel der Unternehmen schon einen guten Reifegrad erreicht hat.

■ **Ganzheitliche Beratung entlang der Wertschöpfungskette.** Expense Reduction Analysts berät Unternehmen entlang ihrer Wertschöpfungskette. Die Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Sachkostenoptimierung, Supply Chain Management, Rohstoffeinkauf & Global Sourcing, Abgabenoptimierung (EEG, Berufsgenossenschaftsbeiträge), Banking & Corporate Finance, Produktions- und Prozesskosten sowie IT und Digitalisierung. Der Erfolg gibt dieser ganzheitlichen Ausrichtung recht: Allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz betreut Expense Reduction Analysts derzeit über 2.000 Kunden in produzierenden Unternehmen, Handel, Dienstleistung und öffentlicher Hand.

**Matthias Droste**

Geschäftsführender Gesellschafter,  
Expense Reduction Analysts (DACH) GmbH

**BIP**

**Einkaufsberater  
REPORT 2018**

## Firmenprofile

---

### ACANTIS GMBH



#### KATEGORIEN:

Beschaffung und Logistik, Einkaufsstrategie, Einkaufsprozesse, E-Procurement, Warengruppenmanagement, Kontraktmanagement, Lieferantenmanagement, Software-Systeme im Einkauf, Software-Auswahl, IT-Strategie im Einkauf, Cloud Procurement, Procurement 4.0, Lieferantennetzwerke, Implementierung und Projektmanagement, Managed Service für operative Beschaffung und strategischen Einkauf, Betrieb und Support für E-Procurement-Plattformen, Interim-Management im Einkauf

Acantis GmbH  
Eisenlohrstraße 31  
76135 Karlsruhe  
Deutschland

Telefon: +49 (0) 721 60 90 90 51  
Telefax: +49 (0) 721 60 95 80 94  
E-Mail: [info@acantis.de](mailto:info@acantis.de)

#### Kontakt

Mario Wissel  
Geschäftsführer  
+49 (0) 721 60 90 97 88  
+49 (0) 721 60 95 80 94  
[mario.wissel@acantis.de](mailto:mario.wissel@acantis.de)

#### Internet

[www.acantis.de](http://www.acantis.de)

#### FIRMENPROFIL

Acantis ist eine mittelständische und unabhängige Unternehmensberatung mit dem Themenfokus Beschaffung & Logistik, Projektmanagement und Informationstechnologie. An unserem Standort in Karlsruhe und vor Ort bei unseren Kunden unterstützen wir Einkauf und Logistik mit Lösungskompetenz und erfahrenen Ressourcen, von der Definition und Optimierung von Einkaufsprozessen über die Auswahl und Implementierung geeigneter IT-Lösungen für die Beschaffung bis zur Bereitstellung erfahrener Experten als Interimsressourcen. Dabei orientieren wir uns an unserem Beschaffungs-Framework und bieten Best-Practice-Ansätze für alle Bereiche einer modernen Beschaffungsorganisation.

#### BERATUNGSANSATZ

Unser Beratungsansatz folgt einem effizienten betriebswirtschaftlichen Entscheidungsprozess. Schwerpunkt unserer Tätigkeit ist die Verbindung von fundiertem Einkaufs-Know-how und

innovativer IT-Kompetenz, insbesondere im Umfeld von Cloud-basierten Systemen.

Auf dieser Grundlage entwickeln wir geeignete Einkaufsstrategien und -prozesse, die durch den Einsatz innovativer IT-Lösungen den Wertbeitrag des Einkaufs erhöhen. Als objektiver und unabhängiger Beratungspartner führen wir nach unserem Referenzmodell die Evaluierung geeigneter Software-Systeme durch und begleiten unsere Kunden während des Ausschreibungsprozesses. Für die führenden Cloud-basierten Einkaufslösungen betreiben wir jeweils eigene Demosysteme. Mit unserer langjährigen Erfahrung in Implementierungsprojekten und unserer bewährten Projektmanagement-Methodik stellen wir dabei den Projekterfolg sicher.

Neben der Prozess-Definition, der Software-Evaluierung und -Einführung ist die Sicherstellung eines reibungslosen IT-Betriebs einer unserer Schwer-

punkte. Mit unseren Einkaufs- und IT-Experten unterstützen wir Kunden in allen Fragen des Prozessmanagements: vom fachlichen Anwender-Support bis zur Übernahme operativer und strategischer Einkaufstätigkeiten als Managed Service.

#### BRANCHENSCHWERPUNKTE

Unsere Kunden sind mittelständische Unternehmen und internationale Konzerne aus einer Vielzahl von Branchen, darunter Firmen der produzierenden Industrie, der Finanzdienstleistungsbranche, Pharma- und Chemieunternehmen sowie IT-Konzerne. Darüber hinaus optimieren wir Beschaffungsprozesse für Organisationen des öffentlichen Sektors und NGOs.

ACCENTURE GMBH



## KATEGORIEN

Strategisches Kostenmanagement (inkl. Zero Based Budgeting, Strategische Beschaffung, Bedarfsmanagement) für direktes und indirektes Material und Dienstleistungen, Procurement-Strategie, Transformation des Einkaufs, Operating Model Design, Global Business Services, Analytics, Supplier Relationship Management, Risikomanagement, Digitalisierung, MRO-Optimierung, Global Sourcing, Lagerbestandsoptimierung, Logistikplanung, M&A und Post Merger Integration, Einkaufs-Outsourcing, Tail End Spend Management, Procurement Technologie (inkl. Implementierung von E-Procurement Lösungen)

Accenture GmbH  
Campus Kronberg 1  
61476 Kronberg im Taunus  
Deutschland

Telefon: +49 (0) 6173 94 99

### Kontakt

Dr. Bernd Zwank  
Managing Director  
+49 (0) 211 9120 64711  
bernd.zwank@accenture.com

Daniel Vollath  
Managing Director  
+49 (0) 89 93081 68330  
daniel.vollath@accenture.com

### Internet

www.accenture.com

## FIRMENPROFIL

Accenture ist einer der weltweit größten Einkaufs-Serviceprovider. Unsere Kunden profitieren von unserem einzigartigen Einkaufsnetzwerk aus 15.000 Einkäufern und Einkaufsberatern entlang des gesamten End-to-End-Einkaufsprozesses.

Mit einem jährlichen Einkaufsvolumen von mehr als 170 Milliarden US-Dollar, mehr als 22.000 Einkaufsprojekten sowie der operativen Umsetzungserfahrung aus über 30 Delivery Centern schaffen wir branchenführende Expertise und entwickeln dadurch unsere Methoden kontinuierlich weiter.

Neben unserer eigenen Erfahrung laden wir unsere Kunden ein, sich aktiv mit Vordenkern im Einkauf zu vernetzen. Der durch Accenture ins Leben gerufene „CPO Circle“, ein globaler Wissenszirkel aus rund 70 Führungskräften im Einkauf, bietet dafür die ideale Plattform.

Die Zufriedenheit unserer Kunden zeigt sich darin, dass Accenture von ihnen und Branchenkennern regelmäßig zu einer der führenden Beratungen in Operations und im Einkauf gewählt wird (z.B. Forrester, Everest Group, brand eins, HfS Research, etc.).

## BERATUNGSANSATZ

Accenture zeichnet sich durch einen ganzheitlichen, umsetzungsorientierten Beratungsansatz aus. Über alle Unternehmensbereiche hinweg verbinden wir die für unsere Kunden jeweils nötigen Kompetenzen aus Strategie, Consulting, Technologie, Digital und Operations zu einem maßgeschneiderten, innovativen Projektteam.

Die crossfunktionale Verzahnung von Projektteams aus den Bereichen Einkauf, IT, Data Science und Analytics definiert darüber hinaus mit unseren 9 Innovation Centern neue Lösungen in Themenfeldern des digitalen Einkaufs, die unseren Kunden oftmals zu einer Branchenführerschaft verhelfen.

## BRANCHENFOKUS

Mit weltweit rund 449.000 Mitarbeitern unterstützen wir mehr als 75 Prozent der Fortune-Global-500-Firmen. Darüber hinaus zählen 29 der DAX-30-Konzerne zu unseren Kunden. Dadurch verfügen wir über Erfahrungen aus erfolgreich umgesetzten Einkaufsprojekten in mehr als 40 Branchen.

Mit der nächsten evolutionären Entwicklung des Einkaufs zu einem Innovationspartner und Katalysator für Unternehmenswachstum rückt Branchenexpertise zunehmend in das Anforderungsprofil eines modernen strategischen Einkaufs. Durch die Breite und Tiefe unserer Branchenkenntnis beraten wir Kunden somit zu Kosten-, Profitabilitäts- und Wachstumsthemen mit umsatzrelevanten Maßnahmen.

### AMC GROUP



#### KATEGORIEN

Einkaufsberatung, Unternehmensberatung, Beschaffung, Einkaufsoptimierung, Einkaufsorganisation, Einkaufsstrategie, Prozessmanagement, Supply Chain Management, Wertanalyse/ Kostenstrukturanalyse, Spend Management, Auswahl und Implementierung E-Lösungen/Einkaufs-Software, Ausschreibung, Auktion, Katalogmanagement, Outsourcing von Geschäftsprozessen, Einkaufscontrolling und Kennzahlen, Lieferantenmanagement, Personaldienstleistungen im Einkauf, Procurement Academy

#### FIRMENPROFIL

Die amc Group steht für die nachhaltige und ganzheitliche Transformation Ihres Einkaufs, um fit für die Zukunft zu sein. Gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln wir die Vision, Zielsetzung und Strategie des zukünftigen Einkaufs und setzen diese gemeinsam mit den Kunden auch um. Hierbei setzen wir unsere seit Jahren in der Praxis bewährte 360°-Methodik ein. Somit ist gewährleistet, dass alle relevanten Blickwinkel des zukünftigen „Best in Class“-Einkaufs einbezogen werden. Im Mittelpunkt stehen die Zukunftsrobustheit, die Umsetzbarkeit, die Geschwindigkeit und insbesondere der Nutzen für das Unternehmen. Unsere Kunden sind gehobene Mittelständler genauso wie internationale Großunternehmen aus allen Branchen. Sie schätzen die Umsetzungsstärke des amc Teams.

#### CONSULTING

Ausgangspunkt ist oftmals unser 360° Procurement Assessment, mit dem wir einen individuellen Benchmark der Leistungsfähigkeit des heutigen Ein-

kaufs ermitteln. Basierend auf diesen Erkenntnissen entwickeln wir gemeinsam mit unseren Kunden das Zielbild des zukünftigen, modernen, digitalen Einkaufs mit einer Umsetzungsplanung und einem Business Case. Der Umfang ist oftmals der Einkauf insgesamt, kann aber auch auf einzelne Handlungsfelder begrenzt sein. Folgende Blickwinkel sind unsere Expertise:

- Klare Einkaufszielsetzung und -strategie, die sich an der Unternehmensstrategie ausrichtet
- Aufbau einer Messbarkeit der wichtigsten KPIs
- Definition und Implementierung von standardisierten Prozessen über die gesamte Supply Chain
- Flächendeckende und vernetzte Nutzung zukunftssicherer Technologien und E-Lösungen im Einkauf
- Moderne, agile und flexible Organisation des Einkaufs und Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern
- Gewinnung von Mitarbeitern und Aus-/Weiterbildung im Einkauf
- Etablierung bzw. Vertiefung professioneller Methoden im Einkauf

#### amc Group

Königswinterer Straße 418  
53227 Bonn  
Deutschland

Telefon: +49 (0) 228 76381 0  
Telefax: +49 (0) 228 76381 9  
E-Mail: [office@amc-group.de](mailto:office@amc-group.de)

#### Kontakt

Andreas Pohle, Joachim v. Lüninck  
Geschäftsführer  
+49 (0) 228 76 381 0  
+49 (0) 228 76 381 9  
[andreas.pohle@amc-group.de](mailto:andreas.pohle@amc-group.de)  
[joachim.lueninck@amc-group.de](mailto:joachim.lueninck@amc-group.de)

#### Internet

[www.amc-group.de](http://www.amc-group.de)

#### MANPOWER

Unser Bereich Manpower stellt Ihnen schnell und unbürokratisch für Ihre Vakanzen, Projekte und Leistungsspitzen topqualifizierte Procurement Workforce vom Einkäufer bis zum CPO auf Zeit zur Verfügung. Egal, ob bei Ihnen vor Ort im Einsatz oder als Out-tasking – wir sind davon überzeugt, dass die „verlängerte Werkbank“ auch im Einkauf Einzug halten wird.

Auf Wunsch rekrutieren wir auch Ihre neuen Mitarbeiter und Führungskräfte für den Einkauf.

#### ACADEMY

Die Procurement Academy qualifiziert Ihre Einkäufer – gemäß zukünftigen Rollen- und Skill-Modellen – mit einer neuartigen und inhaltlich breit angelegten Kombination aus E-Learnings, Webinaren und klassischen Inhouse-Trainings. Die Konzeption und die Durchführung der Einkaufstrainings („Blended Learning“) werden kundenindividuell gestaltet und sind in kürzester Zeit weltweit nutzbar.

## AYMING



ayming

business  
performance  
consulting

Ayming Deutschland GmbH  
40211 Düsseldorf  
Deutschland

Telefon: +49 211 71 06 75 0  
Telefax: +49 211 71 06 75 20  
E-Mail: [contactgermany@ayming.com](mailto:contactgermany@ayming.com)

**Kontakt**

Dr. Christoph Streng  
Managing Partner  
[cstreng@ayming.com](mailto:cstreng@ayming.com)

Ben Grudda, Director Sales &  
Business Development  
[bgrudda@ayming.com](mailto:bgrudda@ayming.com)

**Internet**

[www.ayming.com](http://www.ayming.com)

**KATEGORIEN**

Digitalisierung von Einkauf & Supply Chain Management, Einkaufsberatung, Einkaufsmanagement, Einkaufsoptimierung, Global Sourcing, Kostenmanagement, Lieferantenmanagement, Prozessplanung und -beratung, Personalentwicklung, Kosten- und Potenzialanalyse, Reorganisation der Einkaufsabteilung, Supply Chain Management, Supply Chain Risk Management, Business Continuity Management

**FIRMENPROFIL**

Ayming ist eine führende internationale Consulting Gruppe, welche aus dem Zusammenschluss der Alma Consulting Group und Lowendalmasaï entstand und auf über 30 Jahre Erfahrung zurückblickt. Mit Niederlassungen in 16 Ländern und über 1.500 Mitarbeitern bietet Ayming seinen Klienten ein globales Kundenmanagement mit länderspezifischer Handlungsweise.

Aktuelle Ayming-Länderorganisationen: Deutschland, Belgien, Kanada, China, Tschechische Republik, Frankreich, Großbritannien, Ungarn, Italien, Japan, Niederlande, Polen, Portugal, Slowakei, Spanien und USA.

Ayming bietet strategische und operative Unterstützung zur nachhaltigen Optimierung der Leistungsfähigkeit von Unternehmen in drei Kompetenzbereichen: Operations Performance, Finance & Innovation Performance und HR Performance.

Für den Einkaufsberater-Report stellen wir den Bereich Operations Performance vor:

**OPERATIONS PERFORMANCE:  
EINKAUF- & SUPPLY-CHAIN-  
MANAGEMENT-BERATUNG**

Seit der Gründung im Jahre 1986 optimiert Ayming erfolgreich den Einkauf und das Supply Chain Management bei Unternehmen. Während lange Zeit die Kostenoptimierung im Vordergrund stand und Ayming hier eine hohe Kompetenz und Expertise vorzuweisen hat, liegt nun der Fokus auf der Digitalisierung, Lieferanteninnovationen sowie IT- und Prozessoptimierung. Ayming setzt hierbei auf Qualität anstatt Quantität, indem es Experten für Strategie, Prozesse und Technologie vereint.

Die neuesten digitalen Einkaufstools bieten Unternehmen Möglichkeiten, die es in dieser Form bisher nicht gegeben hat. Die digitalen Technologien werden in einer immer schneller werdenden Folge entwickelt. Die meisten

Organisationen können die notwendigen Ressourcen nicht vorhalten, um immer auf dem aktuellen Kenntnisstand zu sein. Zudem fehlt ihnen die wirkliche Transparenz bezüglich der Vor- und Nachteile etwaiger Softwaretools und welche speziell für ihre Anforderungen am besten geeignet sind. Ohne eine intensive Partnerschaft mit einer spezialisierten Unternehmensberatung geraten Einkaufsabteilungen schnell in eine Abwärtsspirale bestehend aus Ineffizienzen, zu geringem Wertbeitrag, fehlender Mitarbeiterentwicklung und somit zusätzlich geringerer Attraktivität für High Potentials im „War for Talents“.

In der Partnerschaft mit Ayming profitieren Unternehmen nicht nur durch die Erzielung des gewünschten „Return on Invest“, sondern auch von einer wesentlich kürzeren Projektlaufzeit und geringeren Gesamtkosten. Kontaktieren Sie uns!

## CAMELOT MANAGEMENT CONSULTANTS



### KATEGORIEN

Einkaufsstrategie, Einkaufs-Transformation (Procurement Excellence), IT-Strategie & digitale Transformation, Stammdatenmanagement & Stammdaten-Governance, Lieferantenmanagement, Lieferanten- und Supply-Chain-Integration, Risikomanagement, Supply Chain Management, Demand-driven Material Requirements Planning (DDMRP), Logistik

CAMELOT Management  
Consultants AG  
Theodor-Heuss-Anlage 12  
68165 Mannheim  
Deutschland

Telefon: +49 (0) 621 86298 0  
E-Mail: [office@camelot-mc.com](mailto:office@camelot-mc.com)

### Kontakt

Ferhat Eryurt  
Partner Strategic Procurement &  
Transformation  
+49 (0) 621 86298 0  
[fery@camelot-mc.com](mailto:fery@camelot-mc.com)

### Internet

[www.camelot-mc.com](http://www.camelot-mc.com)

### FIRMENPROFIL

CAMELOT Management Consultants ist der weltweit führende Beratungsspezialist für Value Chain Management mit den Fokusbranchen Chemie, Life Sciences, Konsumgüter und diskrete Fertigung. Das Unternehmen ist Teil der internationalen CAMELOT Gruppe mit 1.700 Mitarbeitern und Hauptsitz in Mannheim. Mit tiefer Branchenexpertise und einem integrierten Beratungsansatz begleitet die Managementberatung ihre Kunden von der Strategiedefinition bis zur nachhaltigen Umsetzung der erarbeiteten Konzepte. Dazu arbeitet das Unternehmen eng mit den Technologie- und Implementierungsspezialisten innerhalb der CAMELOT Gruppe zusammen.

Aufgrund des innovativsten sowie umfassendsten Beratungsportfolios wurde CAMELOT von dem weltweit führenden Analystenhaus für die Beratungsbranche ALM Intelligence als Vorreiter in den Bereichen Einkaufs- und Supply Chain Management Consulting ausgezeichnet.

Das Beratungsportfolio umfasst u.a.:

- Strategy & Business Model Innovation
- Organizational & Business Transformation
- Supply Chain Management
- Sourcing & Network Collaboration
- Operations & Manufacturing
- Distribution & Logistics
- Information & Data Management

### WARUM CAMELOT?

CAMELOT steht für eine zukunftsfähige und umsetzungsorientierte Einkaufsberatung. Wir sehen unsere Kunden und uns als ein Team, das die strategischen und operativen Fragestellungen im digitalen Zeitalter gemeinsam angeht. CAMELOT begleitet Kunden mit tiefem Branchenwissen und einer breitgefächerten Beratungserfahrung von der Strategie bis zur Umsetzung innovativer, nachhaltiger Lösungen mit messbaren Resultaten. Kundenindividuelle Change-Management-Konzepte sind von Beginn an ein integraler Bestandteil unserer Projekte, um eine nachhaltige Wirkung in der Organisation unserer Kunden sicherzustellen.

### BERATUNGSSCHWERPUNKTE IM EINKAUF

Die Schwerpunkte des Einkaufsberatungsportfolios von CAMELOT sind:

- Strategien für den Einkauf und die Digitalisierung
- Transformation der Einkaufsorganisation und Prozesse
- Marktorientiertes Lieferanten- und Warengruppenmanagement
- Zukunftsfähiger strategischer Einkauf und Unterstützung in Verhandlungsstrategien
- Change Management und Trainingskonzepte im Einkauf
- Über unseren Technologiepartner Camelot Innovative Technologies Lab (Camelot ITLab):
  - Konzeptionierung und Implementierung von SAP Ariba: Strategic Sourcing, SLP/SR, Guided Buying, Ariba SNAP
  - Integration von Lösungen diverser Anbieter
  - Jährliches Marktscreeing und Einführung von ca. 80 Nicht-SAP-Einkaufslösungen inkl. Stärken-/Schwächen-Analyse

## ÖHRING UND KOLLEGEN UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

**ÖHRING** UND **KOLLEGEN**  
 U N T E R N E H M E N S B E R A T U N G

### KATEGORIEN

Einkaufsberatung, Einkaufsmanagement, Kostenmanagement, Indirektes Material, IT-Einkauf, IT-Warengruppen, IT-Dienstleistung, Managed Service Providing (MSP), Third Party Management (TPM), Einkauf von Management-Beratung, Software-Einkauf, Lizenz- und Wartungskostenreduzierung SAP, Lizenzmanagement, IT-Sourcing, Projektmanagement, Interim-Management

Öhring und Kollegen  
 Unternehmensberatung GmbH  
 Max-Joseph-Straße 23  
 68167 Mannheim  
 Deutschland

Telefon: +49 (0) 621 4017 6617  
 Telefax: +49 (0) 621 4017 6618  
 E-Mail: [info@oehring-kollegen.de](mailto:info@oehring-kollegen.de)

### Kontakt

Albrecht Öhring  
 Geschäftsführer  
 +49 (0) 151 2298 7534  
[a.oehring@oehring-kollegen.de](mailto:a.oehring@oehring-kollegen.de)

### Internet

[www.oehring-kollegen.de](http://www.oehring-kollegen.de)

### FIRMENPROFIL

Die inhabergeführte Öhring und Kollegen Unternehmensberatung hat sich auf das Einkaufs- und Kostenmanagement von indirektem Material spezialisiert. Schwerpunkt sind dabei alle IT-Warengruppen.

Unsere Unterstützung im Einkaufsmanagement beinhaltet folgende konzeptionelle Themen:

- Einkaufsstrategie
- Governance im Einkauf
- Einkaufsorganisation
- Einkaufsprozesse und Einkaufstools
- Lieferanten- und Vertragsmanagement
- Wertbeitragsmessung und -steigerung
- Warengruppenstrategie
- Compliance und Risikomanagement

Im Kostenmanagement steht die Optimierung der Sach- und IT-Kosten im Mittelpunkt. Speziell bei der Beschaffung von Professional Services/Externen Dienstleistungen (EDL) und Software unterstützen wir unsere Kunden

mit umfangreicher Expertise. Das seit Jahren etablierte „EDL-Konzepthaus“ deckt alle Wertbeitragsdimensionen ab. Im Software-Einkauf – vor allem bei SAP-Produkten – helfen wir unseren Kunden, ihre Software-Lizenz- und Wartungskosten nachhaltig zu senken. Auch bei schwieriger Ausgangssituation erreichen wir durch unsere Erfahrung in sehr komplexen Projekten gemeinsam anspruchsvolle Ziele.

Weitere Schwerpunkte bilden die Themen Lizenzmanagement und IT-Sourcing. Bei der Überprüfung von IT- und Software-Verträgen auf Synergien im Rahmen von Fusionen und Carve-outs verfügen wir über fundiertes Wissen. Projekt- und Interim-Management runden unser Dienstleistungsportfolio ab.

### BERATUNGSANSATZ

Öhring und Kollegen kennen „beide Seiten“ und kombinieren Know-how aus internationalen Beratungsunternehmen mit langjähriger Praxis- und Führungserfahrung im Einkauf. Neben der konzeptionellen Stärke steht bei uns

besonders die erfolgreiche Umsetzung im Fokus. Es ist uns wichtig, unsere Senior-Expertise mit hohem persönlichen Commitment in die Projektarbeit einzubringen; dabei verfolgen wir den Best-Practice-Ansatz. Wir bieten pragmatische Lösungen, die auf die kundenspezifischen Anforderungen und Rahmenbedingungen zugeschnitten sind. Change Management und Veränderungsprozesse werden ebenfalls berücksichtigt.

Aktuelle Themen wie Digitalisierung, Agiler Einkauf und Cloud Sourcing setzen wir auch durch spezialisierte Kooperationspartner höchst professionell um, ebenso wie Travel-Management, Marketing-Einkauf oder Logistik.

### BRANCHENSCHWERPUNKTE

Unsere Kunden kommen aus DAX-Unternehmen, Konzernen und mittelständischen Unternehmen unterschiedlicher Branchen in ganz Deutschland und Europa. Die Finanzdienstleistungsbranche bildet hierbei einen Schwerpunkt.

POLARIXPARTNER GMBH



THE GUIDING STAR FOR THE MANUFACTURING INDUSTRY

KATEGORIEN

Unternehmensberatung, Einkaufsstrategie, Einkaufsoptimierung, Einkaufsorganisation, Einkauf & Supply Chain Management, Lieferantenmanagement, Lieferantenbewertung und -entwicklung, neue Geschäftsmodelle und Geschäftsstrategien, Insource & Outsourcing, Make-or-Buy-Analysen, Kundenwertoptimierung, Wert- und Kostenstrukturanalyse, Due Diligence und Red-Flag-Analysen, Wettbewerbs- & Benchmark-Analysen, Value & Cost Engineering, Target Costing, Design to Cost, Produktentstehungsprozess, Design for Manufacturing, Projektmanagement, Training & Know-how-Transfer sowie Coaching für Einkäufer

POLARIXPARTNER GmbH  
Graf-Siegfried-Straße 32  
54439 Saarburg  
Deutschland

Telefon: +49 (0) 6581 8290 0  
Telefax: +49 (0) 6581 8290 100  
E-Mail: [info@polarixpartner.com](mailto:info@polarixpartner.com)

Kontakt

Markus Wiederstein  
Geschäftsführer  
+49 (0) 6581 8290 211  
[markus.wiederstein@polarixpartner.com](mailto:markus.wiederstein@polarixpartner.com)

Internet

[www.polarixpartner.com](http://www.polarixpartner.com)

LÖSUNGSORIENTIERTE  
UMSETZUNGSBERATUNG

POLARIXPARTNER ist die Managementberatung für die fertigende Industrie. Als Industrie-Insider mit langjähriger Branchenerfahrung tauchen wir analytisch und strategisch tief in Ihre Kernprozesse ein und werden direkt auf dem Shopfloor Ihres Unternehmens aktiv. Wir sorgen für Verbesserungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette: von dem durch den technologischen Wandel bedingten Veränderungsprozess am Produkt über die für die Wertschöpfung verantwortlichen Prozesse und Systeme bis zu allen begleitenden Supportfunktionen.

BERATUNGSANSATZ

Mit der Erfahrung aus über 500 Projekten u.a. im Kosten- und Wertmanagement stellen wir sicher, dass die relevanten Kriterien und Best Practices der jeweiligen Branche miteinbezogen werden. Wir entwickeln mit unseren Kunden effiziente und zukunftsweisende Konzepte – schnell, ergebnisorientiert, zielkonform und umsetzungsori-

entiert. Folgende Blickwinkel sind hierbei unsere Expertise:

- ergebnisorientierte **Markt-, Benchmark- und Wettbewerbsanalysen**
- Zerlegung, Materialanalysen und Re-Engineering in unserem **BENCHMARKCENTER**
- **Cost Engineering:** Produktkostenoptimierung bis auf Komponentenebene, Target Costing, Design-to-Cost und Design-for-Manufacturing-Analysen
- Portfolioerweiterung durch **POLARIX-ENGINEERING**, Tochter von POLARIXPARTNER: innovative Produkt-, Service- und System-Entwicklung, Prototyping, Re-Engineering, Anlaufmanagement & Serien-Betreuung
- **Produkt-, Dienstleistungskosten und Software-Entwicklungskosten** erfassen, neu bewerten, unter Effizienz Gesichtspunkten analysieren und transparent mit **POLARIXCOSTING** darstellen
- Lieferantennetzwerke identifizieren, die nicht nur kurzfristig kostenoptimal sind, sondern ausreichend Flexibilität und Transparenz bieten, um

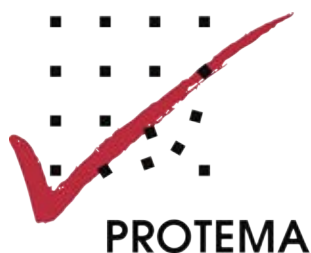
sich schnell an neue Marktanforderungen anzupassen

- Optimierung der Kosten entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Planung, Organisation, Durchsetzung und Kontrolle industrieller Wertschöpfungs- und Leistungserstellungsprozesse
- Projektsteuerung und -controlling, Begleitung von Projekt-Audits oder Interim-Management, um die ausgewiesenen Potenziale erfolgswirksam zu realisieren und nachhaltig in der Organisation zu verankern
- Die **POLARIXACADEMY** qualifiziert Stakeholder und Mitarbeiter im Veränderungsprozess

BRANCHENSCHWERPUNKTE

Unsere Kunden stammen aus der Automobilindustrie, dem Maschinen- & Anlagenbau, der Luft- & Raumfahrt und der Medizintechnik. In den Kernthemen: Markt & Wettbewerb, Produkt & Innovation, Einkauf & Supply Chain; Produktion & Operations, Führung & Veränderung, Projektmanagement & Umsetzungsmanagement.

## PROTEMA UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH



### KATEGORIEN

Unternehmensberatung, Strategische Unternehmensentwicklung, Aufbau- und Ablauforganisation, Geschäftsprozessmanagement, Vertrieb, After Sales Service und Ersatzteilmanagement, Standort-, Fabrik- und Produktionsplanung, Logistikplanung und Logistikzentren, Simulation in Produktion und Logistik, Spezifikation von ERP-Systemen, Industrie 4.0 und digitale Transformation, Organisations- und Personalentwicklung, Change Management, Agile Transformation, Business Model Innovation

PROTEMA Unternehmensberatung GmbH  
Julius-Hölder-Straße 40  
70597 Stuttgart  
Deutschland

Telefon: +49 (0) 711 900 15 70  
Telefax: +49 (0) 711 900 15 90  
E-Mail: [info@protema.de](mailto:info@protema.de)

### Kontakt

Michael Mezger  
Geschäftsführer  
+49 (0) 172 3 86 98 69  
+49 (0) 711 900 15 90  
[michael.mezger@protema.de](mailto:michael.mezger@protema.de)

### Internet

[www.protema.de](http://www.protema.de)

### FIRMENPROFIL

Die PROTEMA Unternehmensberatung GmbH steht seit über 20 Jahren für die PROzessorientierte Verbindung von TEchnik und MitArbeitern in einer leistungsfähigen Organisation. Mit fundiertem Know-how unterstützen wir als mehrfach ausgezeichnetes Unternehmen in der Beratung zu Strategien, Prozessen und Organisation sowie Planung, Simulation und Realisierung von Fabrik- und Logistiksystemen. Vom Stammsitz in Stuttgart-Degerloch und einer Niederlassung in Detroit (USA) aus sind die Berater weltweit im Einsatz.

Unsere Berater, Planer, Experten, Coaches und Trainer – allesamt Persönlichkeiten mit Profil – moderieren, konzipieren, planen, realisieren und begleiten Unternehmen weltweit in Projekten in den vier Geschäftsfeldern Consulting, Engineering, Operations und Transformation. Zu unseren Kernkompetenzen gehört das Analysieren, Strukturieren, Visualisieren und Lösen komplexer Aufgabenstel-

lungen in Produktion, Logistik und Vertrieb.

### BERATUNGSANSATZ

#### Spaß an der Beratung

PROTEMA erzielt den Erfolg beim Kunden durch vier wesentliche Faktoren: Kundenorientierung, Mitarbeiterorientierung, Prozessorientierung und Leistungsorientierung. Gemeinsam mit unseren Kunden suchen wir Ideen, erarbeiten Lösungen zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Steigerung der Leistungsfähigkeit entlang der Wertschöpfungs- und Logistikkette. Wir arbeiten vor Ort und setzen die Lösungen Hand in Hand mit unseren Kunden in konkret messbare Erfolge um.

#### Persönlichkeiten mit Profil

Die rund 90 Mitarbeiter bei PROTEMA bilden einen Mix aus erfahrenen Fachleuten mit langjähriger Berufspraxis in Industrie und angewandter Forschung und jungen Hochschulabsolventen mit neuen Ideen und Horizonten. Sie verstehen sich als Moderatoren der stra-

tegischen Ausrichtung, Gestalter der Lösungen, Begleiter der Umsetzung und Promotoren der Veränderung.

### Gemeinsam mit den Kunden

Ziel der fachlichen Beratung und partnerschaftlichen Begleitung ist, die Gesamtorganisation unserer Kunden ganzheitlich zu gestalten, kontinuierlich zu entwickeln und nachhaltig zu stärken. Die Zufriedenheit unserer Kunden steht dabei im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir arbeiten für den Erfolg unserer Kunden, gemeinsam mit diesen haben wir Spaß an Beratung – das ist unsere Motivation.

### BRANCHENSCHWERPUNKTE

Sowohl internationale Großunternehmen als auch mittelständische und kleine Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen vertrauen unserer Kompetenz. Mit vielen Unternehmen arbeiten wir vertrauensvoll und partnerschaftlich seit vielen Jahren erfolgreich zusammen.

**BIP**

**Einkaufsberater  
REPORT 2018**

## Marktübersicht

---

In dem Verzeichnis sind aktuell 73 Einkaufsberatungen in Deutschland aufgeführt. Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Angaben stammen aus eigener Recherche und Informationen der Unternehmenswebsites. Trotz sorgfältiger Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen keine Gewähr übernommen werden.

Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter	Ansprechpartner	Schwerpunkte
A.T. Kearney	Düsseldorf	500–1 000	Peter Scharbert +49 (0) 211 1377 0 www.atkearney.de/procurement	Optimierung der Beschaffungsverfahren; Transformation von Liefermanagementprozessen; Collaboration-Technologien
ACANTIS Consulting & Solutions	Karlsruhe	10–20	Mario Wissel +49 (0) 151 12043837 mario.wissel@acantis.de www.acantis.de	SAP für Beschaffung und Logistik; IT-Lösungen im Einkauf; Organisation und Prozesse; Cloud Procurement
accenture Deutschland	Kronberg im Taunus	1 000+	Dr. Bernd Zwank +49 (0) 211 9120 64711 bernd.zwank@accenture.com www.accenture.com	Strategisches Kostenmanagement; Procurement Strategie; Transformation des Einkaufs; Analytics; Supplier Relationship Management; Risikomanagement; Logistikplanung; M&A und Post Merger Integration; Procurement-Technologie (inkl. Implementierung von E-Procurement Lösungen)
admoVa Consulting	Bad Camberg	10–20	Dr. Jens Kaeseler +49 (0) 6434 9080945 jens.kaeseler@admova.com www.admova.com	Strategieentwicklung; Strukturgestaltung; Prozessgestaltung; Management der Realisierung
advyce	München	20–50	Marc Staudenmayer +49 (0) 89 46 22 11 55 m.staudenmeyer@advyce.com www.advyce.com	Stückkosten- und Prozesskostenoptimierung; Bedarfsmanagement; Aufbau von Benchmarking-Systemen; Working Capital Management
amc Group	Niederkassel	20–50	Joachim Frhr. v. Lüninck +49 (0) 228 763 810 office@amc-group.de www.amc-group.de	360° Benchmark/Potentiale/Zielbild; Strategie/Steuerung/Veränderung; Prozesse/Systeme/Digitalisierung; Organisation/Menschen/Qualifizierung; Methoden/Lieferanten/Warenguppen
apsolut	Bielefeld	100–200	Tim Kollmeier +49 (0) 521 163 909 0 info@ap-solut.com www.ap-solut.com	SAP-/SAP Ariba-Lösungen; S/4HANA; Lieferanten-management; Ausschreibungen, Vertragsmanagement, Purchase-2-Pay; Katalogmanagement; Spend Management; Dienstleistungsbeschaffung
Arthur D. Little	Frankfurt am Main	50–100	Bernd Schreiber +49 (0) 69 4 50 09 80 info.ce@adlittle.com www.adlittle.com	Strategic & Value Sourcing; Supplier-/Supplier-Portfolio-Management; Procurement Organization; Digitalization
Ayiming	Düsseldorf	1 000–5 000 (global)	Dr. Christoph Streng +49 (0) 211 71 06 75 0 cstreng@ayiming.com www.ayiming.com	Digitalisierung des Einkaufs & Supply Chain Managements; Einkaufsberatung, Einkaufsmanagement, Einkaufsoptimierung; Global Sourcing; Kostenmanagement; Lieferantenmanagement; Prozessplanung und -beratung; Personalentwicklung; Kosten- und Potenzialanalyse; Reorganisation der Einkaufsabteilung; Supply Chain Management; Supply Chain Risk Management; Business Continuity Management
Bain&Company	München	500–1 000 (D-A-CH)	Wulf Weller +49 (0) 89 5123 0 info@bain.de www.bain.de	Spend Analytics; Savings Diagnostics; Savings Delivery; Results Sustainability
Barkawi Management Consultants	München	100–200	Wolfgang Schürholz +49 (0) 89 749826 0 info@barkawi.com www.barkawi.com	Einkauf, Beschaffung & Partnermanagement; Optimierung des Einkaufs im Rahmen einer End-to-End-Supply-Chain-Perspektive
BearingPoint GmbH	Frankfurt am Main	1 000+	Dr. Stefan Penthin +49 (0) 69 13022 0 contact.germany@bearingpoint.com www.bearingpoint.com	Effektives Lieferanten- und Risikomanagement zur Wertschöpfungssteigerung auf Basis von Big Data und Social Media; Etablierung von Business-Netzwerken zur Digitalisierung von Beschaffungsprozessen auf Basis von Cloud-Technologien; Entwicklung von Plattformen für Co-Innovation und Lieferantenzusammenarbeit zur Verkürzung des Time-to-Market

## MARKTÜBERSICHT

Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter	Ansprechpartner	Schwerpunkte
<b>BeerWoike Procurement Consulting</b>	Bad Vilbel	1–10	Thomas Beer +49 (0) 6101 986692 info@bwpc.de www.bwpc.de	Digitale Roadmap – E-Procurement; Warengruppenmanagement; Lieferantenmanagement; Verhandlungsunterstützung; Kostenreduzierungsoffensiven; Weiterentwicklung der Einkaufsorganisation; Durchführung von Restrukturierungen; Einkaufskennzahlen
<b>Behrens &amp; Cie. Consulting GmbH</b>	Neuss	1–10	Alexander Tomzik +49 (0) 2131 6610 828 info@behrens-cie.com	Identifikation von Einsparpotenzialen; Best-Practice Einkaufsstrategien; Best-Cost-Country-Sourcing; Schulung/ Training; Interim-Management; Prozessoptimierung; Implementierung von Einkaufs-Lösungen und Tools
<b>BERODE</b>	Köln	20-50	Achim Roesner +49 (0) 221 277 389 0 info@berode.com www.berode.com	Einkaufspotenzialanalysen (Procurement Diagnostic); Kostensenkungsinitiativen; Entwicklung von Einkaufsstrategien; Aufbau- und Ablauforganisation; Working Capital Management; Warengruppenstrategien; Lieferanten- und Risikomanagement; Global Sourcing; Einkaufscontrolling; Lager- und Logistikoportimierung; Compliance & Prozesssicherheit
<b>CAMELOT Management Consultants</b>	Mannheim	1 000+ (Gruppe)	Ferhart Eryurt +49 (0) 621 86298 0 fery@camelot-mc.com www.camelot-mc.com	Sourcing & Procurement Strategy; Digital Procurement Transformation; Spend Management & Transparency; Order-to-pay-Automation & Process Excellence; Supplier Management; RFX Management; Category Management; Supply Risk Management
<b>Capgemini Invent</b>	Berlin	10 000+ (global)	Christian Michalak +49 (0) 221 37992 108 christian.michalak@capgemini.com capgemini.de/invent/	Customer Engagement, Future of Technology, Innovation & Strategy, Insights Driven Enterprise, Operations Transformation und People & Organization
<b>CNX Consulting Partners GmbH</b>	München	20–50	Christian Schauler +49 (0) 89 599 455 60 info@cnx-consulting.de	Einführung innovativer Planungsprozesse; Gestaltung von bedarfssynchronen Beschaffungs-, Produktions- und Distributionsprozessen; Optimierung der gesamten Lieferkette; Data Analytics & Process Mining; Change Management & Transformation
<b>convivax</b>	Ermatingen (CH)	1–10	Markus Fächtenbusch +41 (0) 71 6601190 convivax@convivax.ch www.convivax.ch	Einkauf 4.0; Verbesserung Leistungsfähigkeit im Einkauf; Kostensenkung Einkauf; Sourcing as a Service; Einkaufstrainings und -schulungen; Interims-Management Einkauf
<b>costconsult</b>	Hamburg	20–50	Michael Lütge +49 (0) 40 325071 0 kontakt@costconsult.de www.costconsult.de	Kostenoptimierung indirekter Warengruppen
<b>cost-expert</b>	Ulm	20–50	Albert Paul +49 (0) 731 17681 10 a.paul@cost-expert.de www.cost-expert.de	Kostenoptimierung indirekter Warengruppen: Logistik, Facility; Office
<b>Deloitte</b>	München	1 000+ (D-A-CH)	Michael Wiedling +49 (0) 89 290367998 mwiedling@deloitte.de www.deloitte.com/de	Procurement Analytics; Global Spend Assessment; strategische Beschaffung; Organisationsdesign; Vertragsrisiko- und Performance-Management zur Optimierung der indirekten und direkten Ausgaben von Unternehmen
<b>Detecon International</b>	Köln	1 000+	Felix Theisinger +49 (0) 221 9161 2554 Felix.Theisinger@detecon.com www.detecon.com	E2E-Optimierung der Beschaffungsfunktion sowie der Supply Chain; Nutzung digitaler Enabler für Top- und Bottom-Line Effekte. Das Angebot deckt den gesamten Bereich der (digitalen) Strategie, (digitalen) Innovation, Transformation (Prozesse, Anwendungen), Kollaboration und Effizienz ab.
<b>Deutsche Business Consulting</b>	Bad Homburg	20–50	Ralf Blankenberg +49 (0) 6172 850 10 57 vertrieb@deutsche-bc.com www.deutsche-bc.com	Beratung zur Strategie für Ihr Einkaufssystem 2022; Unterstützung bei der Auswahl „Cloud oder On-Premise“; Konzeption; Implementierung; Projekt- und Change-management; Geschäftsprozessberatung; Procurement Consulting

Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter	Ansprechpartner	Schwerpunkte
<b>Drozak Consulting</b>	Berlin	50–100	Dr. Jacek Drozak +49 (0) 30 30 67 33 0 berlin@drozak.com www.drozak.com	Einkaufspotentialanalyse; Supplier Events; Lieferantentag 2.0; Make-or-Buy-Analyse; Spieltheorie: GAIN
<b>Durch Denken Vorne Consult</b>	Hilden	1–10	Frank Sundermann +49 (0) 2103 7151541 sundermann@durchdenkenvorne.de	Einkauf – strategisch & operativ; Supply Chain Management; Produktkostenoptimierung; Einkauf 4.0; Interim-Management
<b>ebp-consulting</b>	Stuttgart	50–100	Frank Gehr +49 (0) 711 391703 0 info@ebp-consulting.de www.ebp-consulting.de	Einkaufsvolumen und Materialgruppenmanagement; Prozesse und Organisation; Verhandlung und Lieferantengespräche; Beschaffungsmarkt und Sourcing; Lieferantenmanagement/SRM
<b>Efficio</b>	Düsseldorf	200–500	Tim von der Decken +49 (0) 211 566 88 111 info@efficioconsulting.de www.efficioconsulting.de	Neugestaltung von Einkauf und Betriebsmodell; Optimierung der Logistik und der Supply Chain; Strategischer Einkauf; Warengruppenmanagement; Ausgabenanalyse; Beschaffungsanalyse; Diagnose der Einkaufseffektivität; Einkaufsprogramm Management Einkaufstransformation; Lieferantenmanagement (SRM)
<b>EMPORIAS Management Consulting</b>	Unterföhring	20–50	Dr. Oliver Ohlen +49 (0) 89 95 84 06 0 info@emporias.de www.emporias.de	Supply Chain Management; Einkauf; Logistik; Beschaffung 4.0; Vendor Managed Inventory (VMI); Beschaffungslogistik; Logistikplanung; Transportoptimierung; Bestandssenkung; Lieferantenintegration; Stabilisierung; Lieferketten, Lean Logistics
<b>Enovis Management Consulting</b>	Unterföhring	1–10	Dr. Stefan Schifferer +49 (0) 89 950 94 98 0 kontakt@enovis.de www.enovis.de	Einkaufsorganisation; Potenzialanalyse; Einkaufsstrategie; Lieferantenmanagement; Einkaufsprozessoptimierung; Optimierung der Beschaffungslogistik; Einkaufscontrolling; Integration von Einkaufsaktivitäten in die Entwicklung; Ausschreibungen; Online-Auktionen
<b>Ernst &amp; Young (EY)</b>	Stuttgart	5 000+ (D-A-CH)	Achim Bauer +41 (0) 58 286 3553 achim.bauer@ey.com	Strategische SC-Architektur; SC-Segmentierung und Synchronisierung; Erhöhung von Performance und Wertbeitrag; SC Risk; Sustainability & Resilience
<b>Expense Reduction Analysts</b>	Wiesbaden	100–200	Thomas Löwer +49 (0) 611 236 607 70 tloewer@expensereduction.com www.expensereduction.com	Sachkostenoptimierung; Rohstoffeinkauf & Global Sourcing; Human Resources/Zeitarbeit; Abgabenoptimierung; Supply Chain Management; Produktions- und Prozesskosten; IT und Digitalisierung
<b>FEV Consulting</b>	Aachen	50–100	Christian Speuser +49 (0) 241 56 89 99 73 speuser@fev.com	Target Costing; Kostenkalkulation; Benchmarking mit Wettbewerbsprodukten; Einkauf & Lieferantenmanagement; Kostensenkungs-Workshops
<b>GiVE Management Consulting</b>	München	10–20	Petr Prokop +49 (0) 89 1894 6057 info@give-consulting.com www.give-consulting.com	Beschaffungsoptimierung; Definition der Beschaffungsmärkte; Potentialbewertung der Warengruppen; Anfragepakete und Anforderungen; Lieferantenidentifizierung und -bewertung; Preisangebote; Bemusterung; Lieferantenbewertung und -auswahl; Sicherstellung der Serienreife; Lieferantenentwicklung
<b>GMVK Procurement</b>	Essen	10–20	Ulrich Rehrmann +49 (0) 201 5178 4060 info@gmvk.de www.gmvk.de	Einkaufs-Analyse: Einkaufs-, Warengruppen-, Supply Chain-Assessments; Stück- und Prozesskostenoptimierung; Beschaffungsmarktanalyse; Warengruppenstrategie; Wertstrom- und Materialflussanalysen; Change Management
<b>Goetzpartners</b>	München	200–500	HEADQUARTER +49 (0) 89 290725 0 info@goetzpartners.com www.goetzpartners.com	Procurement Optimization; Supply Chain Management; Quality Management; Operations Excellence
<b>h&amp;z Unternehmensberatung</b>	München	100–200	Ralf Schulz, Dr. Alexander Batran +49 (0) 89 242969 0 procurement@huz.de www.huz.de	Procurement 4.0/Zukunft des Einkaufs; Einkaufsstrategie; Einkaufsorganisation; Materialkostenoptimierung; Warengruppen & Lieferantenmanagement

## MARKTÜBERSICHT

Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter	Ansprechpartner	Schwerpunkte
<b>Hans Becker</b>	Oberhaching	10–50	Anja Rüssel +49 (0) 89 66 65 83 0 info@hansbeckerghmbh.de www.hansbeckerghmbh.de	Kostenoptimierung indirekter Warengruppen
<b>Hartdegen Consultants</b>	Donzdorf	1–10	Ralf Hartdegen +49 (0) 7162 94 98 99 0 verwaltung@hartdegen-consultants.de www.hartdegen-consulting.de	Einkaufscontrolling; Bestandsmanagement; Interim-Management
<b>Helbling Business Advisors</b>	Düsseldorf/ Zürich	50–100	Gernot Schäfer +49 (0) 711 120 468 0 gernot.schaefer@helbling.de www.helbling.de	Supply Chain; Produktion; Beschaffung; Prozess- und Kostenoptimierung; Business- und IT-Alignment; Digitalisierung und Industrie 4.0
<b>Horváth&amp;Partner</b>	Stuttgart	500-1 000	Christian Daxböck +43 (0) 151 27508 0 info@horvath-partners.com www.horvath-partners.com	Strategische Einkaufssteuerung; Materialgruppenmanagement; Analytisches Kostenmanagement; Lieferanten & Risikomanagement; Einkaufsorganisation & -prozesse; Strategisches Kompetenzmanagement
<b>Höveler Holzmann Consulting</b>	Düsseldorf	10–50	Dr. Bernhard Höveler +49 (0) 211 56 38 75 10 bernhard.hoeveler@hoeveler-holzmann.com www.hoeveler-holzmann.com	Einkaufsoptimierung: Potentialanalyse/Konzept/Umsetzung/Erfolgssicherung; Industrialisierung der Einkaufsabteilung; Digitale Einkaufsstrategie/Digitalisieren/Automatisieren/Vernetzen; Weiterentwicklung der Einkaufsorganisation
<b>Ing. Tsetinis Beratungs GmbH</b>	Kuchl (A)	50–100	Dipl. Ing. Andreas Tsetinis +43 (0) 6244 20255 0 office@tsetinis.com www.tsetinis.com	Geschäftsprozessoptimierung (GPO) über Abteilungsgrenzen; Optimierung der operativen Performance; Produktkostenoptimierung; Wertgestaltung entlang der Wertschöpfungskette
<b>Intero Consulting</b>	München	10–20	Stefan Leicht +49 (0) 89 2737014 0 s.leicht@intero-consulting.de www.intero-consulting.de/de/ intero-consulting/	Einkaufsorganisation; Mainframe Consulting; Softwarekostenoptimierung; Professional Services; Strategie-Beratung; Rechtsberatung; IT-Dienstleistungen; Toolbasierte SAP-Lizenzoptimierung; Telekommunikation; Reisekostensteuerung
<b>INVERTO</b>	Köln	100–200	Thibault Pucken +49 (0) 221 485 687 0 kontakt@inverto.com www.inverto.com	Einkaufskostenreduzierung; Prozessoptimierung; Strategie & Organisation; Working Capital Optimierung; Supply Chain Performance; Lieferantenmanagement; Global Sourcing; Risikomanagement; Training & Entwicklung; Category Management; E-Sourcing; Procurement Outsourcing
<b>Kerkhoff Consulting</b>	Düsseldorf	50–100	Heinz Schaeve +49 (0) 211 6218061 11 h.scheve@kerkhoff-consulting.com www.kerkhoff-consulting.com	Strategie & PR 4.0; Einkaufsorganisation; Einkaufs-Performance Management; Einkaufsprozesse (S2C/P2P)
<b>Kloepfel Group</b>	Wien (Holding)	100–200	Marc Kloepfel +49 (0) 211 882 594 19 m.kloepfel@kloepfel-consulting.com www.kloepfel-group.com	Einkaufskosten senken; Beschaffungsprozesse optimieren; Logistik optimieren; Global Sourcing; Indirekter Einkauf; E-Procurement; Risikomanagement; EKS0; Günstiger produzieren; Versicherungsmanagement; Einsparrechner
<b>KPMG</b>	Berlin	5 000–10.000 (D)	Dr. Markus Schüller +49 (0) 175 9395008 mschueller@kpmg.com www.kpmg.com	Procurement Transformation & Operation Models; Procurement Analytics & Procurement Cost Reduction; Supply Chain Risk Management; Logistic Excellence; Cost Value Engineering; Einkaufsplattform Procurement 365° Digital
<b>Lechner ProcessConsulting</b>	Augsburg	1–10	Herbert Lechner +49 (0) 821 884 554 70 consulting@lechnerprocessconsulting.com www.lechnerprocessconsulting.de	Analyse, Potenzialermittlung und Transformation von Einkaufsorganisationen; Interim-Management; Einkauf von Dienstleistungen; Indirekter Einkauf; E-Sourcing
<b>Lischke Consulting</b>	Hamburg	20–50	Dr. Christian Lischke +49 (0) 40 378 557 0 lischke@lischke.com www.lischke.com	Potenzielle identifizieren; Kosten reduzieren; Effizienzsteigerung; Prozessoptimierung; Lieferantenmanagement

Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter	Ansprechpartner	Schwerpunkte
<b>McKinsey &amp; Company</b>	Düsseldorf	1 000+	Martin Lösch +49 (0) 711 25535 www.mckinsey.de	Diagnose; Ganzheitliche Transformation; Anpassung der Organisationsstruktur; Erstellung von Global-Sourcing-Konzepten; Aufbau von Verhandlungsstrategien; Analyse und Optimierung des Lieferantenportfolios
<b>Metroplan</b>	Hamburg	50–100	Dr.-Ing. Thomas Mielke +49 (0) 40 2000 07 50 thomas.mielke@metroplan.de	Optimierung indirekter Einkauf; Audit & Analyse; Optimierung und Implementierung; Reporting & Roll-Out
<b>Öhring und Kollegen Unternehmensberatung</b>	Mannheim	1–10	Albrecht Öhring +49 (0) 621 4017 6617 a.oehring@oehring-kollegen.de www.oehring-kollegen.de	Einkaufsberatung; Einkaufsmanagement; Kostenmanagement; Indirektes Material; IT-Einkauf; IT-Warengruppen; IT-Dienstleistung; Managed Service Providing (MSP); Software-Einkauf; Lizenz- und Wartungskostenreduzierung SAP; Lizenzmanagement; IT-Sourcing; Projektmanagement; Interim-Management
<b>Oliver Wyman</b>	München	500–1 000	Dr. Christian Heiss +49 (0) 89 939 49 0 christian.heiss@oliverwyman.com www.oliverwyman.de	Category & Supplier Excellence; Demand & Specification Management; Fast Savings Generation; Digital Procurement
<b>PA Consulting Group</b>	Frankfurt am Main	50–100	Jost Kamenik +49 (0) 69 71702 363 www.paconsulting.com	Cost Reduction Programs; Supplier Collaboration; Spend Control/P2P/Order2Cash; Procurement Transformation; Sales & Operations Planning; Supply Chain Modeling
<b>POLARIXPARTNER</b>	Saarburg	50–100	Markus Wiederstein +49 (0) 6581 8290 211 markus.wiederstein@polarixpartner.com www.polarixpartner.com	Einkaufsstrategie; Einkaufsoptimierung; Einkaufsorganisation; Einkauf & Supply Chain Management; Lieferantenmanagement; Lieferantenbewertung und -entwicklung; neue Geschäftsmodelle und Geschäftsstrategien; Insource & Outsourcing; Make-or-Buy-Analysen; Kundenwertoptimierung; Wert- und Kostenstrukturanalyse; Due Diligence und Red-Flag-Analysen; Wettbewerbs- & Benchmarkanalysen; Value & Cost Engineering; Target Costing; Design to Cost; Produktentstehungsprozess; Design for Manufacturing
<b>Porsche Consulting</b>	Bietigheim-Bissingen	200–500	Fabian Piontek +49 (0) 711 911 12231 Fabian.Piontek@porsche.de www.porsche-consulting.com	Unternehmens- und produktspezifische Beschaffungsstrategien; Innovationsmanagement; Materialgruppenmanagement; Kostengestaltung in der Produktentstehung; Strategisches und operatives Lieferantenmanagement
<b>Procure One</b>	Schwülper	1–10	Andrew Seim +49 (0) 5303 979 2590 info@procure1.de www.procure1.de	Interimsmanagement; Prozessmanagement; Cost Cutting und Global Sourcing; Lieferanten- und Warengruppenmanagement; Logistik; SCM
<b>Protema Unternehmensberatung</b>	Stuttgart	50–100	Michael Mezger +49 (0) 172 3869869 michael.mezger@protema.de www.protema.de	Strategische Unternehmensentwicklung; Aufbau und Ablauforganisation; Geschäftsprozessmanagement; Vertrieb; After Sales Service und Ersatzteilmanagement; Standort-, Fabrik- und Produktionsplanung; Logistikplanung und Logistikzentren; Simulation in Produktion und Logistik; Spezifikation von ERP-Systemen; Industrie 4.0 und digitale Transformation; Organisations- und Personalentwicklung; Change Management; Agile Transformation; Business Model Innovation
<b>PwC – Pricewaterhouse Coopers</b>	Frankfurt am Main	1 000+ (global)	Dr. Norbert F. Fischer +49 (0) 69 9585 3898 norbert-f.fischer@de.pwc.com www.pwc.de	Category Strategy and Management; Strategic Sourcing; Direct material design-to-value and should-cost; Procurement Operating Model (organisation, processes, governance); Digital Procurement and Source-to-pay Solutions; Supplier Relationship, Risk and Performance Management; Complex Procurement Support; Contract Management and Value Realisation; Sourcing Analytics
<b>ROI Management Consulting</b>	München	50–100	Hans-Georg Scheibe +49 (0) 89 121590 0 kontakt@roi.de www.roi.de	Supply Chain Strategie; Globale Netzwerkplanung und Prognose; Sales und Operations Planning; Materialfluss, Lagerlogistik und Distribution; Warehouse 4.0; Beschaffungsmanagement; Bestandsmanagement; Supply Chain Controlling

Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter	Ansprechpartner	Schwerpunkte
<b>Roland Berger GmbH</b>	München	1.000–5.000 (global)	Oliver Knapp +49 (0) 711 3275 7213 oliver.knapp@rolandberger.com www.rolandberger.com	Global Purchasing; Best Cost Country Sourcing; E-2-E Supply Chain Management; Advanced Impact Sourcing; Supplier Risk Management; Value Chain Design
<b>Staufen AG</b>	Köngen	200–500	Frank Gröner +49 (0) 7024 8056 0 f.groener@staufen.ag www.staufen.ag	Kostensenkung/Renditesteigerung; Design to Cost und Value Engineering; Einkaufsstrategie; Einkaufsprozesse; Einkaufsorganisation; Gütereinkauf; Lieferantenmanagement; Digitaler Einkauf; Führung und Mitarbeiterqualifikation
<b>STAUFEN.inova</b>	Wollerau (CH)	10–50	Markus Götz +41 (0) 44 786 33 11 m.goetz@staufen-inova.ch www.staufen-inova.ch	Beschaffungsaudit; Beschaffungsstrategie; Lieferanten-management (SRM); Global Sourcing; Make-or-Buy-Strategie
<b>STÖHR FAKTOR</b>	Erkrath	1–10	Patrick Stöhr +49 (0) 211 977 19 600 praktisch@stoehr-faktor.de www.stoehr-faktor.de	Einkaufsstrategie; Einkaufsorganisation; Einkaufsprozesse und -systeme; Einkaufscontrolling und -steuerung; Analyse von Personen- und Sachkosten; Kosten-Vergleichsanalysen/Benchmarking; Kostenvariabilisierung; Kostencontrolling und -steuerung; Organisationsstrukturen; Elektronisches Rechnungsmanagement; IT-System-/Workflowlösungen; Digitale Dokumenten-aufbewahrung/-verwaltung
<b>Strategy Engineers</b>	München	20–50	Frank Hegenbart +49 (0) 89 4161 7235 info@strategyengineers.de www.strategyengineers.de	Value Sourcing; Lieferantenentwicklung und -management; Make-or-Buy-or-Partner – Nutzen der Stärken von Lieferanten und Geschäftspartnern; Innovation Sourcing – Nutzen von extrinsischen Innovationsimpulsen; Einkaufs-Reorganisation
<b>TARGUS Management Consulting</b>	Ratingen	50–100	Andreas Sans +49 (0) 2102 94 22 66 info@targusmc.de www.targusconsulting.de	Einkauf; Investitionsgütereinkauf mit Produktkosten-optimierung; Targus Procurement Academy; Einkaufscontrolling; Materialkostenmanagement; Procurement-Scan; Strategischer Einkauf
<b>The Boston Consulting Group</b>	München	1 000+	Christian Greiser +49 (0) 211 3011 0 greiser.christian@bcg.com www.bcg.de	Procurement-Excellence-Monitor: Strategy & Role; Organization Design; People; Tools, Metrics and Systems; Value Delivery; Product Teardown Analyse
<b>Valantic (ehemals Wassermann AG)</b>	München	500-1 000	Dr. Falk von Falkenhausen +49 (0) 89 578399230 falk.vonfalkenhausen@sce.valantic.com www.valantic.com	Lieferantenmanagement; Überwachung der Versorgungssicherheit; Sondermaßnahmen zur Versorgungssicherung; Reichweitenmonitoring der gesamten Supply Chain; S&OP
<b>VALUENEER</b>	Berlin	1–20	Dr. Thorsten Makowski +49 (0) 177 6175921 thorsten.makowski@valueneer.com www.valueneer.com	Ist-Analyse aller relevanten Einkaufsaspekte; SWOT-Analyse der Einkaufsorganisation; Erhebung aller Einsparpotentiale nach Warengruppen; Identifikation der erfolgsversprechendsten Warengruppen unter Berücksichtigung des Umsetzungsrisikos und aller wertschaffenden Aspekte; Umsetzung der Projekte bis zu ersten vertragskonformen Lieferung
<b>VDMG-Consult</b>	Oberhausen	1–10	Gregor van Ackeren +49 (0) 2086 20162 20 info@vdmg-consult.de www.vandermeergruppe.de	Smart Procurement Check; Digitale Transformation; Einkaufstransformation; Strategie & Coaching; Kostenreduktion; Warengruppenoptimierung
<b>Visality Consulting</b>	Potsdam	10–20	Dr. Marco Emmermann +49 (0) 331 88 71 90 0 marco.emmermann@visality.de www.visality.de	Entwicklung des Einkaufskonzeptes; detaillierte Prozessanalyse & SWOT-Katalog; Einkaufsorganisation; Infrastruktur & IT; Einkaufscontrolling; Ausschreibung & Quick Wins
<b>Zellweger Management Consultants</b>	München	10–20	Thomas Zellweger +49 (0) 89 208 027 151 de@zellweger.com www.zellweger.com/de	Procurement-Excellence-Transformation; Einkaufsstrategien & -konzepte; Warengruppenmanagement; Warengruppenstrategien; Crossfunktionale Zusammenarbeit; Beschaffungsmarktforschung; Global Sourcing, Best Country Sourcing; Lieferantenmanagement; Supplier Relationship Management; Beschaffungs- & Inbound-logistik; Einkaufsorganisation & -prozesse; Einkaufs-Controlling & -Governance, E-Procurement-Lösungen



# 10. BME-eLÖSUNGSTAGE

## Sourcing – Procurement – Integration

12. – 13. März 2019 – Maritim Hotel Düsseldorf

### Jetzt Frühbuchervorteile nutzen!

Details zu den Preisvorteilen finden Sie unter [www.bme.de/eloesungstage](http://www.bme.de/eloesungstage)

## Themenschwerpunkte

- Digitalisierungsstrategien für den Einkauf: vom Patchwork zur ganzheitlichen Lösung
- Alles auf einen Blick: Transparenz über Spend, Risiken und Contracts
- Supplier Relationship Management: die Supply Chain digital vernetzen
- Entscheidungskriterien für die Auswahl von Providern und Lösungs-Suites



*„Die BME-eLÖSUNGSTAGE sind ein Muss für jeden im Einkauf Beschäftigten, da sie die umfangreichsten Vorträge bereithalten, Möglichkeiten bieten für ein branchenübergreifendes Networking und Benchmarking und man sämtliche Aussteller vor Ort hat.“*

Global Sourcing, ADVA Optical Networking SE

**Begleitende Fachmesse mit 85 Ausstellern!**  
Treffen Sie die wichtigsten Anbieter von eLösungen im Einkauf zur Optimierung Ihrer Beschaffungsprozesse

Ihre Ansprechpartnerin:

**Anja Lange**

Leitung Konzeption

Tel.: 06196 5828-223

E-Mail: [anja.lange@bme.de](mailto:anja.lange@bme.de)

**BME**  
verband  
Bundesverband  
Materialwirtschaft,  
Einkauf und Logistik e.V.

**Melden Sie sich jetzt an!** Tel. 06196 5828-200 | [anmeldung@bme.de](mailto:anmeldung@bme.de) | [www.bme.de/eloesungstage](http://www.bme.de/eloesungstage)



# Werden Sie Mitglied im BME!



## Sie profitieren von

- Erfahrungsaustausch vor Ort auf über 400 Veranstaltungen und Treffen pro Jahr in den 38 BME-Regionen
- Kostenloser Bezug unseres Magazins für Manager in Einkauf und Logistik: „BIP“ – Best in Procurement und eSolution Report (mit Übersicht über Dienstleister zu einzelnen Themenbereichen)
- Kostenloser Bezug der Fachzeitschrift „Beschaffung aktuell“ und der „BizTravel“
- Fachinformationen für Mitglieder, zum Beispiel Leitfäden zu Einkaufsthemen, BIP-Jahrgangarchiv
- Plattform für Young Professionals
- Expertenwissen und -austausch in mehr als 25 Fachgruppen aus den Sektionen Logistik, Öffentliche Auftraggeber, Dienstleister und Beschaffungskategorien
- Teilnahme an den BME-Benchmarks zur Verdeutlichung von Einsparpotenzialen, zur Unterstützung bei der Kostenoptimierung und Teilnahme an Arbeitskreisen im Bereich Benchmark (z.B. TOP-Kennzahlen)
- Nutzung des Services Recht: kompetente und zuverlässige Beratung zu Fragen rund um das Einkaufs-, Vertrags- und Wirtschaftsrecht durch Verbandsjuristen
- Unterstützung bei Ihren Global-Sourcing-Aktivitäten
- Teilnahme an internationalen Delegationsreisen zum Austausch mit internationalen Lieferanten
- Kostengünstige Lieferantenrecherche/Marktscreening
- Bedarfsbezogenes Matchmaking: Austausch mit möglichen Lieferanten an Verhandlungstischen

Das Angebot des BME für Mitglieder wird stetig weiter ausgebaut.

## IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Nicole von Wensierski  
 Referentin Mitgliederbetreuung  
 Tel.: 06196 5828-133, Fax: 06196 5828-199  
 E-Mail: nicole.vonwensierski@bme.de

### Ja, ich interessiere mich für eine Mitgliedschaft im BME!

Bitte schicken Sie mir

- weitere Informationen zur Mitgliedschaft
- einen Aufnahmeantrag auf Firmenmitgliedschaft
- einen Aufnahmeantrag auf persönliche Mitgliedschaft

Folgende Angaben benötigen wir von Ihnen

\_\_\_\_\_  
Name, Vorname

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
PLZ, Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
E-Mail

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.bme.de/mitgliedschaft](http://www.bme.de/mitgliedschaft)