



BMEnet Guide | 2024
Beschaffungsdienstleister

Inhalt

BMEnet Guide Beschaffungsdienstleister 2024

Vorwort	2
Editorial	3
Beiträge	
BME International	
BME International Matchmaking 2024 – Enlarge your supplier base or find new customers at B2B events	8
BME Market Research	
BME Market Research – Mit fundiertem Wissen zur geeigneten Erfolgsstrategie	10
BME Zertifizierung Beschaffungsorganisation	
BME Compliance Initiative	12
BME Zertifizierung Nachhaltige Beschaffungsorganisation.	13
Disrupting Procurement	
Ambidextrie – der Einkauf als Dirigent im Chaos	14
Next Big Thing der digitalen Zukunft: was von Quantencomputern zu erwarten ist!	15
The ProForm Way of Innovation – Learnings aus der Innovationswerkstatt im Einkauf von TransnetBW	16
Einkauf von Cybersecurity-Lösungen	
Cybersicherheit richtig einkaufen – mit Bosch CyberCompare.	17
Einkauf 2030	
Der Einkauf 2030 – Wesentliche Veränderungen der Einkäuferrolle.	18
Einkaufsorganisation – Positionierung und Strukturierung der Beschaffung.	19
Einkauf Frachten	
Berufskraftfahreremangel als Kostentreiber.	21
Beschaffung von Transportleistungen bei Markt- und Preisvolatilitäten	22
Mit dem Kombinierten Verkehr (KV) Güter einfach und schnell auf die Schiene bringen!	23
Schluss mit manuellen Suchprozessen und aufwändiger Verwaltung: Der digitale Frachtbrief halbiert die Kosten!	24
eLösungen	
ebidtopay – die smarte Komplettlösung für alle & für alles, die mit Ihren Anforderungen wächst.	26
Effizientere Prozesse dank intelligenter Dokumentenverarbeitung	28
Keine Automatisierung in der Beschaffung ohne digitalisierte Dokumentenprozesse	29
Marktdynamik, Preisschwankungen und Inflation: Strategischer Einkauf in volatilen Zeiten	30
Digitale Transformation: Innovationen mit und ohne Cloud im SAP basierten Einkauf	32
Energiemanagement	
Nachhaltiger Energieeinkauf – geht das?	34
„net zero“-Energiemanagement: Ihr Vorsprung für eine resiliente, wirtschaftliche Versorgung	35
Industrie 4.0	
Ihr Wertstromdienstleister für Ihr Unternehmen	36
Digitalisierung im strategischen Einkauf	37
Nachhaltige Beschaffung	
Corporate Carbon Footprint – die Rolle des Einkaufs	39
Der Einfluss von EU regulatorischen Vorgaben auf die Batterieindustrie und deren Lieferketten	40
Klimaschutz als Beschaffungsaufgabe – drei Schritte zur klimaeffizienten Lieferkette	41
Nachhaltigkeit als Chance nutzen mit der ‚Green Grass Strategy‘	42

Transport/Logistik

inTime Express Logistik: Effiziente Anfrageprozesse für ein agiles Geschäftsfeld	44
--	----

Travel/MICE

Die Einführung eines strategischen Meeting Managements	45
„Die Stiftung Warentest“ für Hotels	46

Update Lieferkettengesetz

Das Lieferkettengesetz und seine Auswirkungen auf KMU: Ein Blick hinter die Kulissen	47
Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz im Kontext der geplanten europäischen Richtlinie	48
Lieferkette prüfen, Compliance einhalten, Risiken minimieren	49
Supply Chain Risk Intelligence	50

Leistungsüberblick

Profile

AfB gemeinnützige GmbH	70
Bartenbach Werbemittel GmbH & Co. KG	71
BeNeering GmbH	73
BME Akademie GmbH	74
BME Marketing GmbH	76
Certified Das Kundenzertifikat GmbH & Co. KG	78
CfSM – Centrum für Supply Management GmbH	80
costdata GmbH	83
d-fine GmbH	84
Holman GmbH	85
HPI Unternehmensgruppe	86
ivoflow	87
Integrity Next GmbH	88
JARO Institut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung e.V.	89
KORANIS Purchasing Solutions	90
MARBEHO Solutions GmbH	91
Med-X-Press GmbH	92
meetingmasters.de e.K.	93
Onventis GmbH	94
Proactis GmbH	95
Provendör GmbH	96
Ratiodata SE	97
SOFTCON CIS Gesellschaft für Controlling- Informationssysteme mbH	98
SupplyOn AG	100
SZLIFEKS Krzysztof Szymański	101
tangro software components GmbH	102
xSuite Group GmbH	103

Anzeigenregister

Anton Debatin GmbH	43
Bartenbach Werbemittel GmbH & Co. KG	20
Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME)	9, 31, 72, 79, 82
MARBEHO Solutions GmbH	38
meetingmasters.de e.K.	U2
PIEL Die Technische Großhandlung GmbH	31
Prewave GmbH	51
Ratiodata SE	33
tangro software components GmbH	U4
xSuite Group GmbH	25

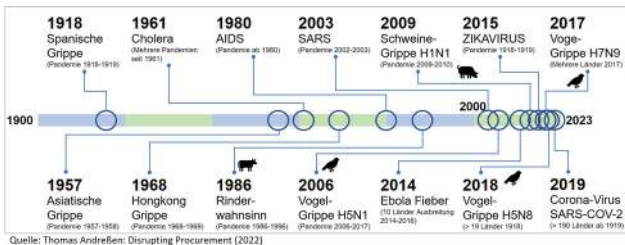
Impressum	104
-----------	-----

Ambidextrie – der Einkauf als Dirigent im Chaos

Ein Schlüsselkonzept für die Ausrichtung im Supply Chain Management

Endet das Chaos?

Die verwendeten Begriffe für die aktuelle Situation sind vielfältig: Chaos, Disruption, exponentielle Unsicherheit und pandemischer Ausnahmezustand. Die aktuellen Krisen zeigen eine deutliche Häufung im Vergleich zu eher ruhigen Jahren davor. Es ist leider zu erwarten, dass die Beschleunigung von externen Schocks eher zu- als abnimmt. Beispielsweise ist in der Grafik deutlich ein Anstieg von pandemischen Risiken zu erkennen, wie sie durch den sozialisierten Menschen gefördert werden.



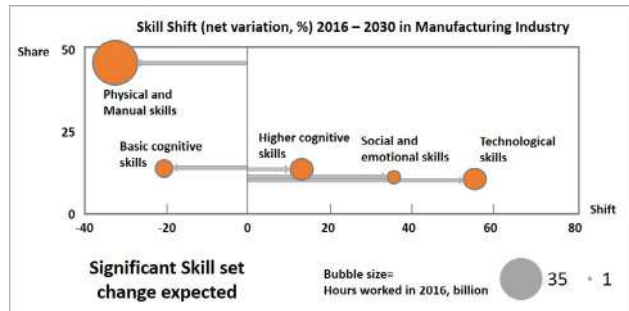
Ambidextrie = Beidhändigkeit im Einkauf

Das Organisationskonzept der Ambidextrie ist mit einem Schmetterling zu vergleichen, welcher mit einem Flügel nicht fliegen kann. Hierbei steht die eine Seite für die **Exploitation** (=Ausnutzung/Ausbeutung) des Bekannten. Im Wesentlichen liegt der Fokus hier in der Gestaltung eines kaufmännisch/technischen Optimums. Hier werden die traditionellen Aufgaben des Einkaufs verortet: Order-Flipping, Spend-Coverage, Savings, traditionelle Verhandlungen, Claims etc. Die andere Seite steht für **Exploration** (Erforschung/Entwicklung) also dem Fokus auf die Weiterentwicklung, der Transformation zu Agilität, Datenvernetzung Technikverständnis und Resilienz.

Kompetenzen im Chaos

Wer kennt nicht das Zitat von Mike Tyson vor seinem Kampf mit Holyfield „Everyone has a plan until they get punched in the mouth“? Im Chaos gewinnt die Redewendung „kein Plan überlebt den ersten Feindkontakt“ an Bedeutung, da die Anzahl an „Feinden“ für das Traditionelle, das Bekannte, das planbar Beherrschbare abnimmt.

Eine Prognose von McKinsey & Company zeigt die Änderungen von Kompetenzanforderungen (Grafik dargestellt am Beispiel des industriellen Produktionssegments, ähnliche Effekte ziehen sich durch andere Branchen).



Der Einkauf, als Orchestrator, hat eine hervorragende Position im Unternehmen, um die künftigen Herausforderungen auf beiden Seiten der Ambidextrie zu gestalten.

Plakativ muss sich der Einkauf hierfür sowohl als „Category-Savings-Negotiator“ als auch als „Agility-DesignThinking-Expert“ mit digitalem Know-How positionieren; natürlich nicht alles in einer Person.

H HOCHSCHULE HANNOVER
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES AND ARTS
Fakultät IV
Wirtschaft und Informatik



Prof. Dr. Thomas Andreßen
Professor für Wirtschaftsinformatik
Supply Chain Management und ERP-Systeme

Hochschule Hannover

Tel: +49 152 56737470
thomas.andressen@hs-hannover.de
<https://f4.hs-hannover.de>

Quelle Foto: Prof. Dr. Thomas Andreßen