

EINKAUFBSBAROMETER 2025



WISSEN UND DIALOG IM
EINKAUFSMANAGEMENT
VON MORGEN

allinvos

BUILD YOUR DIGITAL FUTURE

100% DIGITALISIERUNG IHRER BACK-OF-THE-HOUSE PROZESSE

Zeit sparen | Prozesse automatisieren | Effizienz steigern

Inventory
Order
Invoice
ESG Documentation
Travel Expenses

So smart.

So digital!
allinvos.de

EINKAUFSMANAGEMENT VON MORGEN, VERÄNDERUNGEN, NEWS UND DIE DAMIT VERBUN- DENE WERTSCHÖPFUNGSKETTE UNSERES INDUSTRIEZWEIGES DER GASTWELT

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland bleibt angespannt – und die Gemeinschaftsverpflegung spürt das besonders. Steigende Lebensmittel- und Energiekosten, hohe bürokratische Anforderungen und vor allem der Fachkräftemangel setzen Betriebe stetig unter Druck. Viele Unternehmen stehen vor der Herausforderung, wirtschaftlich zu bestehen und gleichzeitig eine qualitativ hochwertige, bezahlbare und attraktive Verpflegung anzubieten. Doch statt zu klagen, heißt es jetzt: **anpacken!** Das gilt für alle, vom Chef bis zur Hilfskraft. Es braucht innovative Konzepte, effizientere Abläufe und eine enge Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Dabei geht es nicht nur um Wirtschaftlichkeit, sondern auch um **Verantwortung**. Die Nachfrage nach gesunden, nachhaltigen und regionalen Lebensmitteln wächst – und die Gemeinschaftsverpflegung kann hier eine Schlüsselrolle spielen. Kurze Lieferketten, eine stärkere Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern und eine saisonale, nachhaltige Speiseplangestaltung sind zentrale Stellschrauben, um den Gästen nicht nur qualitativ hochwertige, sondern auch **zukunftsfähige Verpflegung** zu bieten.

Gleichzeitig muss die Politik die passenden Rahmenbedingungen schaffen: Bürokratie abbauen, wirtschaftliche Entlastungen ermöglichen und attraktive Arbeitsbedingungen fördern – insbesondere, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Denn nur mit motivierten und gut qualifizierten Mitarbeitenden kann die Branche ihre wichtige gesellschaftliche Aufgabe erfüllen.

Es ist an der Zeit, die Gemeinschaftsverpflegung für alle Beteiligten **attraktiver** zu machen – für die Nutzerinnen und Nutzer ebenso wie für die engagierten Fachkräfte, die täglich mit Leidenschaft für eine bessere Verpflegung sorgen. Packen wir es gemeinsam an!



PROF. DR. BJÖRN MAIER

GESCHÄFTSFÜHRER, ITIC GMBH

Björn Maier, Jahrgang 1973, studierte Betriebswirtschaftslehre (BWL) an der Universität Mannheim, insbesondere öffentliche BWL sowie Krankenhaus- und Umweltmanagement. Nach dem Abschluss zum Diplom-Kaufmann war er von 1999 bis 2001 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Allgemeine BWL, insbesondere Operations Research, an der Universität zu Köln (Prof. Dr. Dr. Günter Beuermann) tätig. Er promovierte 2001 in einem DFG-Sonderforschungsbereich 419 zum Thema Nachhaltigkeit und betriebswirtschaftliches Klimafolmanagement. Von 2004 bis 2008 begleitete er im Rahmen einer Forschungsstelle an der Justus-Liebig-Universität in Gießen das Benchmarking der gesetzlichen Unfallversicherungsträger (DGUV). Seit 2008 ist er Professor und Prodekan an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Mannheim im Bereich Gesundheitswirtschaft. Er ist Vorstandsvorsitzender des Deutschen Vereins für Krankenhaus-Controlling e.V. (DVKC)

Geopolitische Krisen stellen das Einkaufsmanagement vor große Herausforderungen

Wie stellen Sie sich auf und was sind Ihre zentralen Maßnahmen?

Bei **AlsterFood** begegnen wir geopolitischen Krisen mit einer **vorausschauenden Einkaufsstrategie**, um Versorgungssicherheit und Stabilität zu gewährleisten. Wir diversifizieren unser Lieferantennetzwerk und setzen noch stärker auf regionale Bezugsquellen, um Abhängigkeiten zu reduzieren. Langfristige Partnerschaften und flexible Vertragsmodelle helfen uns, Preis- und Lieferchwankungen besser abzufedern. Zudem nutzen wir **digitale Analysetools**, um Märkte sicher nicht in Echtzeit, aber zeitnah zu bewerten und schnell auf Veränderungen zu reagieren. Effizienzsteigerung und Nachhaltigkeit stehen dabei ebenso im Fokus wie die Qualitätssicherung für unsere Kunden. Durch diese Maßnahmen stellen wir uns den aktuellen Herausforderungen mit **Resilienz** und **Verantwortung**.



Amedeus Hajek

Geschäftsführer AlsterFood GmbH

In Zeiten geopolitischer Krisen müssen wir in der Lage sein, schnell und flexibel zu reagieren. Unsere langjährige Erfahrung als Caterer, unser breit aufgestelltes Lieferantennetzwerk und unsere bewährten Partnerschaften geben uns die nötige Flexibilität, um kurzfristige Veränderungen abzufedern. Wir **diversifizieren unsere Beschaffungsquellen** und reduzieren somit Abhängigkeiten. Digitale Tools und **automatisierte Analysen** helfen uns, Bedarfe – und damit auch potenzielle Risiken – frühzeitig zu erkennen und Beschaffungsprozesse effizienter zu gestalten. So stellen wir sicher, dass wir unsere Kunden zuverlässig mit hochwertigen, nachhaltigen und wirtschaftlichen Lösungen versorgen.“



Peter Theissen

Geschäftsführer WISAG Catering Holding GmbH & Co. KG

Die stark wachsenden geopolitischen Krisen führen in Europa zur Schiefelage unserer Wirtschaft, welche massive Auswirkungen auf den Industriezweig unserer Gastwelt haben. Die Konsequenzen daraus sind eine horrende Preisgestaltung unserer gastronomischen Betriebe, mangelnde Kaufkraft der Kunden, Investitionsstau, Veränderungen des Geschäftskonzepts bis hin zu Schließungen zahlreicher Betriebe in Deutschland. Nicht zuletzt erschwert der Arbeits- und Fachkräftemangel aufgrund des demografischen Wandels die Aufrechterhaltung der geforderten Produkt- und Dienstleistungsqualität gemäß den Kundenanforderungen. Wir müssen unterstützend in der **Gemeinsamkeit unseres Netzwerks** darum kämpfen, die Kultur unserer Gastwelt in den einzelnen Regionen Deutschlands nicht zu verlieren. Auf der Basis struktureller Gegebenheiten und betriebswirtschaftlicher Aspekte ist ein nachhaltiges, flexibles und **systemgestütztes Denken** gefragt. Das heißt, mit neuen Konzepten unsere Gastwelt für multiple Zielgruppen wieder attraktiv und bezahlbar zu machen.



Ina Juwig

Geschäftsführung Manufaktur SOL Y Amor

Die lahrende Wirtschaft und die anhaltenden globalen Krisen spüren auch wir als Gemeinschaftsgastronomen. Daher versuchen wir als Unternehmen, den Bereich Einkauf proaktiver und anpassungsfähiger aufzustellen. Da sind auch simple Maßnahmen dabei, zum Beispiel, sich nicht nur auf zu wenige Zulieferer zu fokussieren, sondern sich da etwas breiter aufzustellen. Darüber hinaus haben wir bei kritischen Materialien die **Vorräte** strategischer geplant, um z. B. kurzfristige Engpässe oder extreme Preissprünge besser zu kompensieren. Mit unseren Zulieferern gehen wir seit der letzten Krisensituation in einen sehr **engen, routinemäßigen Austausch**, um Informationen frühzeitig zu verteilen und so mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen. Darüber hinaus haben wir alle Produktionsplaner auf die Situation sensibilisiert. Unsere wesentliche zukunftsorientierte Planung fokussiert sich auf eine mögliche Zusammenarbeit mit **Einkaufsprofis von Online-Branchenplattformen** in unserer Systemumgebung.



Peter Schierschke

Geschäftsführung UMG Gastronomie GmbH

Wie stellen wir das Ernährungsprofil ein?

HARD FACTS



Auch Feedback möglich

hat mir geschmeckt oder hat mir nicht geschmeckt



SOFT FACTS



Digitale Transformation im Einkaufsmanagement: Effizienzsteigerung und Kostensenkung durch smarte Prozesse

Die Digitalisierung revolutioniert das Einkaufsmanagement und die Bedarfsermittlung in der Gemeinschaftsverpflegung in rasantem Tempo. Besonders in Seniorenheimen und Krankenhäusern bestehen große Herausforderungen: Neun von zehn Seniorenheimen sind noch nicht digitalisiert, und viele Krankenhäuser arbeiten mit veralteten Softwaretools oder manuell durch Servicekräfte. Dies führt zu Fehlbestellungen, Überproduktion und unnötig hohen Prozesskosten.

Traditionelle Bedarfsermittlung: Ein veraltetes System

In Seniorenheimen erfolgt die Bedarfsermittlung häufig noch mit Zettel und Stift oder durch selbst erstellte Excel-Lösungen:

- Bewohner erhalten gedruckte Speisepläne.
- Die Auswahl wird oft von Pflegekräften getroffen, nicht von den Bewohnern selbst.
- Die Bestellzahlen werden manuell ausgewertet.

Negative Folgen dieser Methode:

- Ernährungsbedürfnisse und Vorlieben werden kaum berücksichtigt.
- Ungenaue Bedarfsprognosen führen zu Lebensmittelverschwendung.
- Zeitaufwändige manuelle Prozesse binden wertvolle Ressourcen.
- Fehlbestellungen durch nicht erfasste Abwesenheiten.

Die Lösung: Digitalisierung und smarte Prozesse

Eine digitale Bedarfsermittlung optimiert Abläufe und spart wertvolle Zeit. Die Implementierung smarter Prozesse umfasst:

1. **Digitale Speisepläne** auf Tablets oder Smartphones, die Bewohner eigenständig oder mit Unterstützung auswählen können.
2. **Automatische Bestellübermittlung** direkt an die Küche.
3. **KI-gestützte Ernährungsprofile**, die Vorlieben, Unverträglichkeiten und Essgewohnheiten berücksichtigen.
4. **Schnittstellen zu Bewohner- und Krankenhausinformationssystemen**, um Abwesenheiten zu erfassen und Fehlbestellungen zu vermeiden.

Vorteile der Digitalisierung

- In Seniorenheimen können pro Wohnbereich mindestens 40 Minuten pro Tag eingespart werden – wertvolle Zeit für Pflegekräfte.
- In Krankenhäusern reduziert sich die Arbeitsbelastung der Servicekräfte erheblich, da Patienten ihre Bestellungen bequem per Smartphone aufgeben können.
- Der präzisere und effizientere Bedarf bildet die Grundlage für einen optimierten Einkauf.

Digital vernetzter Einkauf mit KI-Unterstützung

Die Digitalisierung des Einkaufs bedeutet, sich von alten Einkaufslisten und Erfahrungswerten zu verabschieden. Moderne Software, bilaterale Schnittstellen und KI ermöglichen präzisere Bedarfsprognosen und schlanke Prozesse.

Vernetzte Warenwirtschaft & End-to-End-Integration

- Neben internen Warenwirtschaftssystemen ist die Offenheit für andere Tools entscheidend. Isolierte „Stand-alone“-Lösungen sind nicht mehr zeitgemäß.
- Moderne Schnittstellen ermöglichen bidirektionalen Datenaustausch zwischen den Systemen.
- Die Anbindung an Bewohner- und Krankenhausinformationssysteme zur Erfassung von An- und Abwesenheiten sollte Standard sein.

KI-gestützter Einkauf

KI kann im Einkaufsprozess wertvolle Unterstützung leisten:

- Analyse historischer Einkaufsdaten und externer Faktoren.
- Optimierung von Warenkörben und Lieferantenauswahl.

Automatisierte Bestellprozesse & digitale Plattformen

- Automatische Bestellungen basierend auf aktuellen Lagerbeständen und Abgleichen.
- Intelligente Dashboards bieten Transparenz über Lieferketten und Wareneingänge.

Praxisbeispiele: Erfolgreiche Implementierung digitaler Lösungen

Ein **Seniorenheim mit 120 Bewohnern** führte ein KI-gestütztes Bestellmanagement ein und erzielte:

- Mindestens 40 Minuten Zeitersparnis pro Wohnbereich und Tag.
- 30 % weniger Lebensmittelverschwendung.
- 10–15 % Einsparung im Wareneinsatz.

- Höhere Bewohnerzufriedenheit durch KI-gestützte Berücksichtigung von Vorlieben.

Ein **Krankenhaus mit 500 Patienten** digitalisierte die Speisebestellungen per Smartphone und profitierte von:

- 50 % reduzierten Servicezeiten.
- Weniger Fehlbestellungen durch automatisierte Prozesse.

Fazit & Ausblick

Die Digitalisierung im Einkaufsmanagement bietet enormes Potenzial für Seniorenheime und Krankenhäuser. Durch den Einsatz von KI, digitalen Speiseplänen und vernetzten Warenwirtschaftssystemen lassen sich Prozesskosten senken, Lebensmittelverschwendung reduzieren und die Servicequalität verbessern.

Besonders durch die Integration in bestehende Informationssysteme können Fehlbestellungen vermieden, Ressourcen geschont und die Effizienz gesteigert werden. Eine genaue Bedarfsermittlung ermöglicht zudem Einsparungen im Wareneinsatz von bis zu 15 %.

Wer frühzeitig in Digitalisierung investiert, legt den Grundstein für eine moderne und nachhaltige Gemeinschaftsverpflegung.



Perfekte Mahlzeiten – Einfach, schnell & individuell

Einfacher Ablauf in 3 Schritten:

In wenigen Schritten passt Nutrio **Hard-** und **Soft-Facts** der Bewohner an das Speisenangebot an.



01 Speiseangebot wird geprüft

Nutrio gleicht das Tagesmenü mit den Ernährungsprofilen ab.

02 Automatischer Essensvorschlag

Die KI schlägt eine passende Mahlzeit vor, die auf Vorlieben & Einschränkungen abgestimmt ist.

03 Pflegekraft oder Bewohner bestätigt die Bestellung

Bestätigung oder Anpassung erfolgt in **wenigen Sekunden** – auf Wunsch kann die Bestellung auch **automatisch** durchgehen.

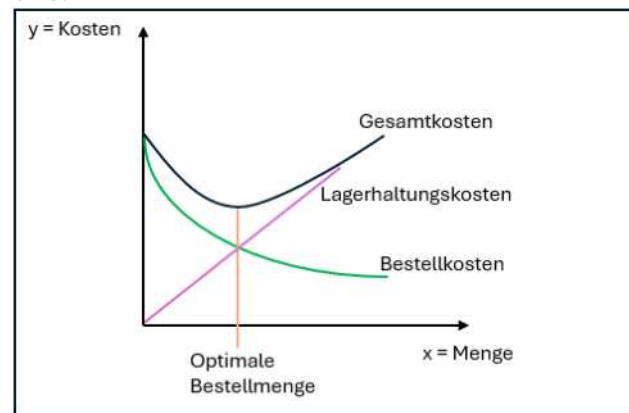
» Mehr **Zufriedenheit**, weniger Aufwand & **passgenaue** Ernährung.

Optimale Bestellmenge Theorie trifft Realität



Im Einkauf beeinflussen viele Faktoren den Beschaffungsprozess, wie Erfahrungswerte, standardisierte Produkte oder Produktionszahlen. Eine **strategische Herangehensweise** zahlt sich langfristig aus, doch in der **Praxis** gibt es oft Abweichungen von der Theorie, besonders bei der Berechnung der optimalen Bestellmenge. Dies gilt auch für den Einkauf in der Küche.

Lassen Sie uns einen kurzen theoretischen Einblick in die optimale Bestellmenge nehmen. Die optimale Bestellmenge ist der Punkt, an dem die Bestell- und Lagerhaltungskosten minimal sind. Diese beiden Kostenarten verhalten sich gegenläufig: Häufige Bestellungen senken die **Lagerhaltungskosten**, erhöhen jedoch die **Bestellkosten** (z. B. Logistik, Personal, Verwaltung, Wareneingang). Wenige Bestellungen reduzieren die **Bestellkosten**, treiben jedoch die Lagerhaltungskosten in die Höhe (z. B. Kapitalbindung, Miete, Energie). Die optimale Bestellmenge stellt das beste Gleichgewicht zwischen diesen Kostenfaktoren her. Die folgende Grafik zeigt den Schnittpunkt, an dem die **Gesamtkosten aus Bestell- und Lagerhaltungskosten am niedrigsten** sind.



Optimale Bestellmenge (Quelle: Andler'sche Formel) und optimale Bestellhäufigkeit.

$$\text{Optimale Bestellmenge} = \sqrt{\frac{\text{Jahresbedarf} \times \text{Bestellkosten} \times 2}{\text{Einstandspreis} \times \text{Lagerhaltungskosten}}}$$

$$\text{Optimale Bestellhäufigkeit} = \frac{\text{Jahresbedarf}}{\text{Optimale Bestellmenge}}$$

So viel zur Theorie – in der Praxis gibt es jedoch viele Voraussetzungen, die die Berechnung beeinflussen:

- Konstanter, bekannter **Bedarf und Verbrauch** über das **Jahr**
- Keine Engpässe bei **Lagerkapazität** oder **Lieferung**
- Fester **Lieferant** ohne Wechsel
- Konstanter **Einstandspreis** und **Bestellkosten**
- Klare Berechnung der **Lagerhaltungskosten** (oft unzureichend)
- **Lagerfähigkeit** der Ware (bei Lebensmitteln eingeschränkt)
- Keine **Boni** oder **Rabatte**

Aufgrund der zahlreichen **Einflussfaktoren** für die Berechnung kann und muss die Formel durchaus kritisch betrachtet werden. Insbesondere im Einkauf in einer Küche ist die Berechnung nicht optimal anwendbar, da viele der genannten Voraussetzungen in der Praxis nicht zu halten sind.

Tendenziell werden die Lagerkapazitäten heute an die Lieferanten ausgelagert, mit der Zielsetzung, die eigenen **Kapitalkosten** zu reduzieren und damit **Fixkosten** zu variabilisieren. Die Belieferung erfolgt heute tendenziell **just-in-time**, d. h. bedarfsorientiert. Für den Einkauf in einer Küche hat sich in der Praxis zudem eine auftragsorientierte Bedarfsermittlung (deterministisches Ermittlungsverfahren) bewährt, bei der die optimale Versorgung der Gäste im Vordergrund steht. In erster Linie bedeutet dies, dass der zukünftige Bedarf anhand eines

vorliegenden Produktions- oder Auftragsprogramms (neuerdings auch mit Hilfe künstlicher Intelligenz) ermittelt wird. Die **auftragsorientierte Bedarfsermittlung** ist umfangreich im **S&F-Einkaufs- und Warenwirtschaftssystem** integriert und wird von Kunden tagtäglich für die Produktion in Küchen verwendet, um optimale Bedarfe zu berechnen.

Hierbei fließen die tatsächlichen **Auftragszahlen**, wie zum Beispiel die Bewohnerzahlen im Seniorenheim oder die Essensbestellungen externer Kunden wie Kitas oder Schulen, in das S&F-Produktions- oder Auftragsprogramm ein.

Aufgrund der Auftragszahlen ergibt sich eine Gesamtzahl pro Gericht bzw. Komponente. Daraufhin errechnet das S&F-System im Hintergrund automatisch den Bedarf an **Einzelteilen**, also den Zutaten, damit wiederum ein Bestellvorschlag für die Produkte in den richtigen Mengen erstellt wird. Abschließend bestätigt die Küche den daraus automatisch erzeugten **Warenkorb** und schließt die Bestellung ab, damit die zukünftigen Zutaten zur

richtigen Zeit bestellt werden.

Das S&F-System unterstützt nicht nur beim Bestellvorschlag. Parallel profitieren die Kunden von einer **Best-Price-Strategie**. Die S&F-Einkaufsgemeinschaft erzielt durch einen Bündelungseffekt beste Preise, wobei der Warenkorb jedes Kunden individuell berücksichtigt wird. Hierbei verfolgt S&F das Ziel, dass mind. 85 % der **umsatzstärksten Artikel** verhandelt werden, da diese Artikel sich überproportional auf die Kosten auswirken. Darüber hinaus berücksichtigt das S&F-Controlling neue Kundenanforderungen, wie beispielsweise neue Zutaten des Warenkorbs. Ein wichtiges Controlling-Tool ist hierbei der **S&F-Kernsortimentsabgleich**. Der Warenkorb wird regelmäßig mit der verhandelten Kundenpreisliste abgeglichen, um neue, noch nicht vereinbarte Artikel mit den Lieferanten **nachzuverhandeln**, damit die Kunden zukünftig von günstigeren Preislistenpreisen profitieren.

Sprechen Sie uns bei Fragen gerne jederzeit an.
einkauf@sundf-gruppe.de



Beitrag von:

Sebastian Gölzau

Einkaufsmanager stellv. Leiter Innendienst & Support, S&F-Gruppe/BEP

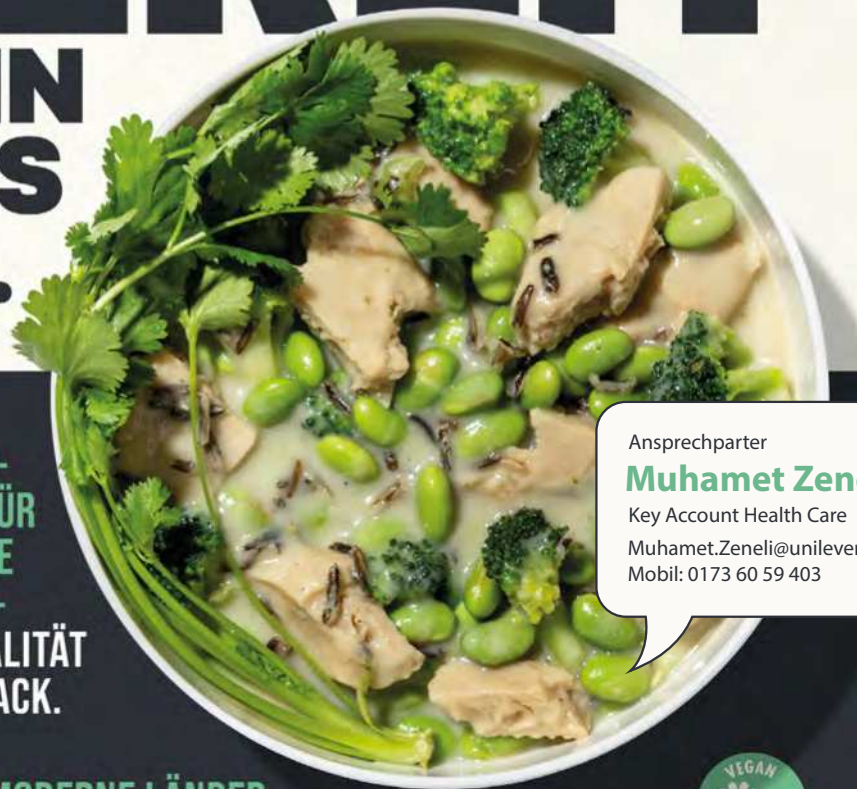


**HIGH
convenience**

Ready to heat

BEREIT

**WENN
DU ES
BIST.**



**DAS HIGHEND-
SORTIMENT FÜR
KULINARISCHE
PERFEKTION –
STARK IN QUALITÄT
UND GESCHMACK.**



**HOL DIR MODERNE LÄNDER-
INSPIRIERTE GERICHTE!**

Ansprechpartner

Muhamet Zeneli

Key Account Health Care

Muhamet.Zeneli@unilever.com

Mobil: 0173 60 59 403



Vorstellung neuer Mitarbeitender



**Nikola
Cyrankiewicz**

Assistentin der Geschäftsleitung,
S&F-Gruppe/BEP



**Richard
Müller**

Key Account Manager /
Einkauf, S&F-Gruppe/BEP

Seit Dezember 2024 verstärkt Nikola als Assistentin der Geschäftsführung unser Unternehmen. Mit einem fundierten Hintergrund in der Hotellerie, in der sie knapp zehn Jahre tätig war, und insgesamt 13 Jahren Erfahrung in der Gastronomie bringt sie ein tiefgehendes Verständnis für Organisation, Kommunikation und Prozessoptimierung mit. Ihre strukturierte Arbeitsweise, gepaart mit einer ausgeprägten Lösungsorientierung und Diskretion, machen sie zu einer wertvollen Stütze im Tagesgeschäft der Unternehmensführung.

Neben ihrer beruflichen Expertise ist Nikola vor allem eines: eine leidenschaftliche Allrounderin. Im August 2023 wurde sie Mama eines wundervollen, aufgeweckten Jungen – eine Erfahrung, die ihr Organisationstalent und ihre Multitasking-Fähigkeiten nochmals auf ein neues Level gehoben hat.

In ihrer Freizeit findet sie den perfekten Ausgleich zwischen Familie, Kreativität und Geselligkeit. Ob sie mit ihren Liebsten im Garten entspannt, beim Kochen neue Rezepte ausprobiert (wobei ab und zu mal etwas daneben geht :D) oder mit Freunden Zeit verbringt – sie genießt das Leben in all seinen Facetten. Als kreativer Kulturmensch greift sie gerne zur Leinwand und schwingt den Pinsel, um ihrer Fantasie freien Lauf zu lassen. Darüber hinaus ist sie eine begeisterte Leserin und hat es sich zum Ziel gesetzt, alle Bücher von Sebastian Fitzek zu verschlingen. Aktuell taucht sie in „Der Insasse“ ein – eine klare Empfehlung für alle Thriller-Fans. Doch auch das gesellige Leben darf nicht zu kurz kommen: Festivals und Städtetrips gehören ebenso zu ihren Leidenschaften. Für sie ist es die Balance zwischen kreativen, ruhigen Momenten und dem pulsierenden Leben, die den Alltag so besonders machen. Mit ihrer Mischung aus Fachkompetenz, Organisationstalent und kreativer Energie ist Nikola eine Bereicherung für unser Unternehmen – sowohl auf professioneller als auch auf menschlicher Ebene.

Richard Müller, verheiratet und stolzer Vater von zwei Töchtern.

„Mit über 20 Jahren Berufserfahrung als ausgebildeter Koch habe ich vielseitige Stationen in verschiedenen gastronomischen Konzepten durchlaufen, was mir ein fundiertes Verständnis für Abläufe und Qualität vermittelt hat.

Besonders begeistert mich die Optimierung von Prozessen mit den logistischen Herausforderungen. Auf meinem Weg durch die Gastwelt bin ich großartigen Menschen begegnet, mit denen viele spannende Momente erlebt und Herausforderungen gemeistert wurden. Viele Helfer machen das Leben bunter – und manchmal auch chaotischer. Doch genau dieses Chaos bringt die Würze ins Leben.

Neben meinen beruflichen Herausforderungen engagiere ich mich in der Freiwilligen Feuerwehr und setze mich in der Jugendarbeit der Gemeinde ein. Als „zugezogener“ Rheinländer darf auch der Karneval bei uns nicht fehlen, den wir im Verein ausleben. Als Familie zieht es uns regelmäßig auf schöne Campingplätze in Deutschland und Europa, wo wir die Natur genießen und die gemeinsame Zeit als Familie schätzen.“



Digitalisierung im Einkauf der Gastronomiebranche als Chance



(Abb.: Mission der S&F/Buyers Edge Platform)

Die Gastronomiebranche ist ein dynamischer Sektor, der durch den digitalen Wandel tiefgreifende Veränderungen erfährt. Von kleinen Restaurants und Cafés bis hin zu großen Hotelketten und Gemeinschaftsgastronomiebetrieben – die Digitalisierung im Einkauf bietet enorme Potenziale, die Effizienz zu steigern, Kosten zu senken und gleichzeitig die Qualität und Nachhaltigkeit zu verbessern. Der **digitale Wandel in der Beschaffung** verändert nicht nur die Art und Weise, wie Gastronomiebetriebe ihre Waren und Dienstleistungen einkaufen, sondern auch, wie sie mit Lieferanten kommunizieren und ihre internen Prozesse steuern.

Ein bedeutender Aspekt der Digitalisierung im Einkauf ist der Einsatz von **E-Procurement-Systemen**. Diese digitalen Plattformen erleichtern den gesamten Beschaffungsprozess, indem sie Bestellungen automatisieren und die Verwaltung von Lieferanten und Beständen vereinfachen. Gastronomiebetriebe können auf diesen Plattformen Angebote in Echtzeit vergleichen, Bestellungen direkt tätigen und den gesamten Einkaufsprozess transparent gestalten.

Gerade für die Gastronomie, wo die zeitgerechte Lieferung von frischen Lebensmitteln und Getränken entscheidend ist, sorgt die Digitalisierung für eine **höhere Flexibilität** und eine **reduzierte Fehlerquote** bei der Bestellung.

Durch den Einsatz moderner Technologien wird auch

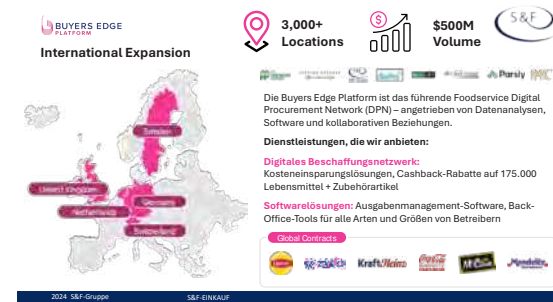
das **Management von Beständen** optimiert. Lagerhaltung und Bestandsverwaltung in der Gastronomie sind besonders anspruchsvoll, da verderbliche Waren wie frische Zutaten oder Getränke oft in großen Mengen und in kurzer Zeit benötigt werden. Mithilfe von digitalen Tools zur Bestandskontrolle und automatisierten Nachbestellung lassen sich Engpässe oder Überschüsse vermeiden, und die Verschwendung von Lebensmitteln wird aktiv reduziert.

Diese **datenbasierten Systeme** bieten eine präzisere Planung und ermöglichen es, den Bedarf auf Basis von Verkaufszahlen oder historischen Daten vorherzusagen.

Ein weiterer Vorteil der Digitalisierung im Einkaufsmanagement unseres Industriezweigs Gastwelt ist die Nutzung von Daten zur Verbesserung der **Einkaufsentscheidungen**. Digitale Lösungen, wie die der S&F-Gruppe, ermöglichen es, Einkaufs- und Verkaufsdaten in Echtzeit zu analysieren, Trends zu erkennen und zukünftige Nachfrage zu prognostizieren. So können Gastronomiebetriebe ihre Einkaufsstrategien optimieren und ihre Menüs entsprechend der Kundenpräferenzen oder saisonalen Schwankungen anpassen.

Vorausschauende Analysen (Predictive Analytics) ermöglichen es, besser auf Trends oder plötzliche Nachfrageänderungen zu reagieren, was besonders in der Gastronomie wichtig ist, wo die Nachfrage oft schwankt und schnell auf Veränderungen reagiert werden muss.

Auch die **Vernetzung** der Gastronomiebetriebe mit ihren **Lieferanten** wird durch die Digitalisierung wesentlich verbessert. E-Procurement-Plattformen und digitale Bestellsysteme ermöglichen eine direkte und transparente Kommunikation zwischen den Akteuren in der Lieferkette.



(Abb.: Buyers Edge – International Expansion)

Dies fördert eine enge Zusammenarbeit, sorgt für eine **reibungslose Logistik** und **optimiert die Lieferzeiten**. Insbesondere für große Gastronomiebetriebe wie Hotelketten oder Catering-Unternehmen, die eine Vielzahl von Lieferanten und Produkten managen müssen, ist dies eine enorme Erleichterung. Durch den Einsatz eines automatisierten Abgleichs von Bestellungen, Liefererschein und Rechnungen wird zusätzlich Zeit und somit Geld auf beiden Seiten gespart. Die Integration digitaler Lösungen hilft, die gesamte Lieferkette effizient zu gestalten und den Betrieb kontinuierlich zu optimieren.

Auch **künstliche Intelligenz (KI)** und **maschinelles Lernen** finden zunehmend Anwendung in der Gastronomiebranche. KI-Systeme können zur Vorhersage des Bedarfs und zur Optimierung von Einkaufsprozessen genutzt werden. So können beispielsweise in großen Gastronomiebetrieben intelligente Systeme eingesetzt werden, um den Bedarf an Lebensmitteln und Getränken zu kalkulieren und automatisch **Nachbestellungen** zu tätigen, bevor Bestände ausgehen. KI kann auch bei der Analyse von **Kundenfeedback** oder -präferenzen helfen, um das Angebot besser auf die Zielgruppe abzustimmen und personalisierte Empfehlungen zu bieten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die **Nachhaltigkeit**. Die Nachfrage nach nachhaltig produzierten Lebensmitteln und ökologisch verträglichen Produkten wächst, und auch in der Gastronomie wird immer mehr Wert auf verantwortungsvolle Beschaffung gelegt. Digitale Plattformen und Datenanalyse ermöglichen es, Lieferanten hinsichtlich ihrer **Umwelt- und Sozialstandards** zu bewerten und nachhaltige Produkte gezielt auszuwählen. Gastronomiebetriebe können die Herkunft von Zutaten nachvollziehen und transparente Informationen über die Lieferkette bereitstellen. Dies stärkt nicht nur das Vertrauen der Gäste, sondern trägt auch aktiv zur Förderung einer nachhaltigeren Lebensmittelproduktion bei.



Trotz all dieser Vorteile gibt es auch Herausforderungen, die mit der Digitalisierung im Einkauf verbunden sind. Die Implementierung neuer Technologien kann kostspielig sein und erfordert teilweise eine Anpassung der bestehenden Prozesse. Besonders für kleinere Gastronomiebetriebe kann die Einführung digitaler Systeme wie **Inside Track** eine Hürde darstellen, da oft die nötigen **Ressourcen** oder **IT-Kompetenzen** fehlen. Zudem müssen **Datenschutz** und **Datensicherheit** gewährleistet sein, insbesondere wenn sensible Kundendaten oder Transaktionsinformationen verarbeitet werden. Daher empfiehlt es sich, mit einem Fach- oder Beratungsunternehmen zusammenzuarbeiten.

1. BEP ist das weltweit größte GPO (Geschäftsprozessoptimierung) und wird bald auch das größte GPO in Europa vor Ort sein. (Ca. 300 000 Kunden und Einkäufe im Wert von 70 Mrd. EUR im Jahr 2024).
2. BEP verfügt über modernste Technologie, die wir für Europa in den jeweiligen Landessprachen internationalisieren.
3. BEP verfügt über ein internationales Produktionsprogramm, um bald jeden lokalen Markt anzubieten.
4. BEP ist international präsent und derzeit in 5 europäischen Ländern tätig, Tendenz steigend.
5. BEP wird innerhalb von 24-36 Monaten als GPO für das Gastgewerbe der europäischen Marktführer sein.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Digitalisierung im Einkauf der Gastronomiebranche eine Schlüsselrolle für die Zukunft 2030 des Sektors spielt. Sie bietet nicht nur **enorme Chancen zur Effizienzsteigerung**, sondern auch zur **Verbesserung der Qualität und Nachhaltigkeit** der Produkte und Dienstleistungen. Gastronomiebetriebe, die diesen digitalen Wandel aktiv gestalten und moderne Technologien gezielt einsetzen, können sich nicht nur einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, sondern auch die Zufriedenheit ihrer Gäste steigern und langfristig profitabel arbeiten.

„Wir als S&F-Gruppe/BEP stellen uns auf die Herausforderungen der Zukunft 2030 für Sie ein und sind für Sie da!“



Beitrag von:
Kai Zitzmann
Leiter Innendienst der S&F-Gruppe/BEP

Digitale Wertschöpfung aus drei Perspektiven

Bei aller Automatisierung und Standardisierung: Die Anforderungen der Kunden sind immer individuell zu betrachten. Im Folgenden werden die Möglichkeiten der Digitalisierung anhand von drei branchenspezifischen **Praxisbeispielen** aus den Bereichen **Care**, **Business** und **Education** betrachtet.

Aus der Praxis #1: Samariterstiftung, Nürtingen (Segment: CARE)

Wer oder was sind wir? Die **Samariterstiftung** ist eine gemeinnützige Stiftung und betreut an mehr als 30 Standorten in neun Stadt- und Landkreisen in Württemberg über 6.000 Menschen im Alter. Über 2.000 Menschen mit Behinderung oder psychischer Erkrankung nutzen die Unterstützungsangebote der Stiftung, beispielsweise in den Bereichen Wohnen, Werkstätten, Fördergruppen, Tageskliniken und Tagesstätten. Zudem betreibt die Samariterstiftung zwei Hospize.



(Abb.: Samariterstiftung, Hauptverwaltung (Quelle: Samariterstiftung))

Herausforderungen und erzielte Erfolge

Die Vielfältigkeit des Leistungsspektrums und die tiefe Verwurzelung der Samariterstiftung in der **Region** erfordern ein **individuelles Beschaffungskonzept**. Gleichzeitig gilt es, zentrale Anforderungen nach **Kostentransparenz**

sowie Einkaufs- und Prozesseffekten zu erfüllen. Im Zusammenspiel mit S&F konnten folgende Erfolge erzielt werden:

- Abbildung der spezifischen **Einkaufsphilosophie** der Samariterstiftung (z. B. regionale Lieferanten)
- **Einkaufsvorteile** im Food- und Non-Food-Bereich (Reinigung & Desinfektion, Pflegebedarf, Büromaterial u. a. m.)
- Deutliche **zeitliche Entlastung** durch laufende Ausschreibungen, Preisbewertungen sowie begleitendes Controlling
- Speziell für die Samariterstiftung wurde das eigene **gebrandete „Samariterstiftung-Einkaufsportale“** (EDV-Partner: coptec GmbH) entwickelt, welches individuell je nach Standort konfiguriert sowie über S&F in weiten Teilen kostenfrei bereitgestellt, eingeführt und supported wird.
- Das **IT-System** reicht bis zur Versorgung und Abrechnung interner und externer Kunden (z. B. Essen auf Rädern) über ein integriertes Menübestellsystem.

Ausblick

Zukünftig ist die **Ausweitung** des S&F-Einkaufsportals auf weitere Warengruppen geplant, z. B. Haustechnik, Pflegebetten.

„Unsere bisherige harmonische Zusammenarbeit ist geprägt von individuellen, auf unsere Bedürfnisse zugeschnittenen Lösungen. S&F ist für uns ein wichtiger Partner bei der Transformation in das digitale Einkaufs- und Versorgungsmanagement.“



SAMARITER
STIFTUNG

Elke Kailer-van de Pas

Leiterin strategischer Einkauf, Samariterstiftung

Aus der Praxis #2: Momente GmbH, Herford (Segment: EVENT-CATERING u. a.)

Wer oder was sind wir?

Events, Catering, Kantinenkonzepte, Schul- und Betriebsverpflegung – die **Momente GmbH** ist eine äußerst vielseitige, lokal tief vernetzte Event-Agentur für persönliche Feiern, Firmenveranstaltungen, Kongresse, Seminare oder Vorträge. Mehrere leistungsfähige (Groß-)Küchen sind in der Lage, für mehrere tausend Personen pro Tag Mahlzeiten zu produzieren. Bei der Zubereitung legen die Köche viel Wert auf ein ausgewogenes Angebot und regionale, frische Produkte mit einem hohen Qualitätsanspruch. Das eigene Restaurant Henkelmann in der Herforder Markthalle steht seit den 60er Jahren für gute Hausmannskost und ein warmes Mittagessen. Die hauseigene Fleischerei Overbeck bietet nach altbewährten Rezepturen eine große Auswahl an hausgemachten Wurst- und Fleischspezialitäten sowie Produkten aus der Konservenmanufaktur an.



(Abb.: Kantinenkonzepte der Momente GmbH (Quelle: Momente GmbH))

Herausforderungen und erzielte Erfolge

Die Abbildung der **regional vernetzten gastronomischen Konzepte** sowie eine weitreichende **Prozesseinsparung** standen im Fokus der Beauftragung der S&F:

- Hinterlegung der spezifischen **gastronomischen Vorgaben und Konzepte** im Einkauf
- Erzielung von **Bündelungseffekten** über den S&F-Einkaufsverbund
- Bereitstellung, Implementierung und Support des **S&F-Einkaufs- und Warenwirtschaftssystems** (EDV-Partner: jb-x Business Solutions GmbH)
- Deutliche **Zeitersparnis** durch laufende Einkaufsdienstleistungen durch S&F

Ausblick

Für die Zukunft ist die Abbildung von **Nachhaltigkeitszielen** über die S&F-Einkaufsplattform geplant, speziell des CO₂-Fußabdrucks in Zusammenarbeit mit externen Partnern wie z.B. Green Guides.

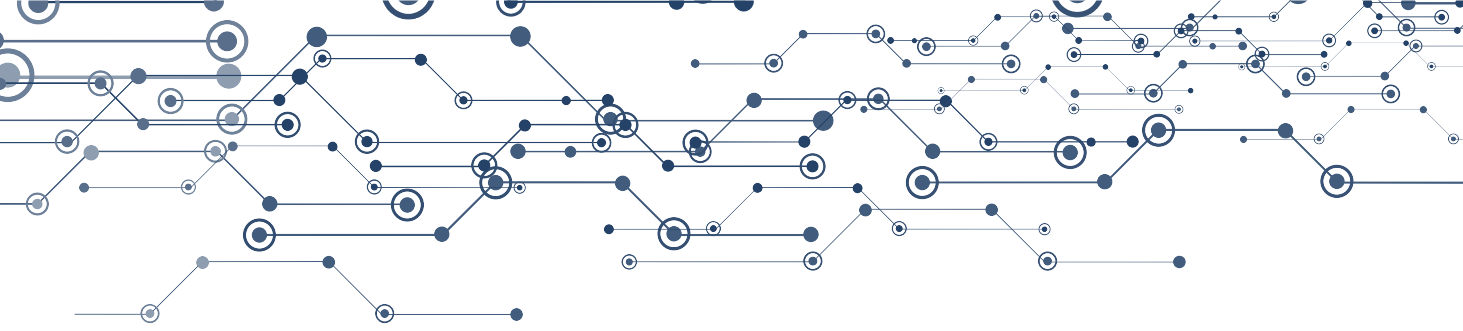
„Unser neues gastronomisches Konzept konnten wir 1:1 abbilden, ergänzt durch weitreichende digitale Einkaufs- und Prozessvorteile.“



MOMENTE

Marco Falke

Geschäftsführer; Momente GmbH



smart
cuisine

Aus der Praxis #3: Draut Foods GmbH, Halver (SEGMENT: CATERING/ EDUCATION et al.)

Wer oder was sind wir?

Mit einem Team von insgesamt 28 Mitarbeitenden und einer eigenen Großküche beliefert „Draut Foods“ tagtäglich Grundschulen, Kindertagesstätten, Altersheime und viele weitere Einrichtungen mit qualitativ hochwertigem Essen. Basierend auf ihrer Überzeugung von guten Lebensmitteln und ausgewogenen Zutaten möchten die Inhaber Julia Draut und Dimitrios Michailidis Jung und Alt eine Ernährung jenseits von Fast Food bieten.

Herausforderungen und Erfolge

Mit zunehmendem Wachstum wurde ein **digitales Ein-**

- Bereitstellung, Einführung und Support des **S&F-Warenwirtschaftssystems** (EDV-Partner: NECTA Deutschland GmbH), inkl. Menübestellung, Kundenverwaltung und -abrechnung sowie Anbindung an den eigenen Webshop
- **Ernährungsphysiologische Berechnung der Nährwerte** sowie gesetzeskonforme Deklaration der Allergene und Zusatzstoffe
- Erzielung von **preislichen Bündelungseffekten** über die kostenfreie Mitgliedschaft im S&F-Einkaufsverbund
- **Zeitliche Entlastung** im täglichen Beschaffungsmanagement nach kundenspezifischer Vorgabe

Ausblick

Prüfung tiefgefrorener Menüschalen, Labeling mit Nährwerten

„Die Digitalisierung unserer internen Bestell-, Produktions- und Abrechnungsprozesse hilft uns, die zunehmende Komplexität unserer vielfältigen Zielgruppen und deren spezifischen Anforderungen weiterhin mit höchster Wirtschaftlichkeit und Qualität abzubilden.“



(Abb.: Draut Foods: Hochzeitslocation in Halver)

kaufs- und Warenwirtschaftssystem benötigt, welches die Anbindung an einen **eigenen Webshop** sowie die Bestellaufnahme und Abrechnung der belieferten Kunden abbildet. Draut Foods sieht sich zudem als Vorreiter im Bereich der **Ernährungspädagogik**, auch dazu braucht es entsprechende Tools. Mit der folgenden Lösung wurden gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe geschlagen:



**Julia Draut und
Dimitrios Michailidis**

Geschäftsführerin und Geschäftsführer Draut Foods



Beitrag von:
Oliver Schrock

Prokurist, Leiter Geschäftsbereich Einkauf,
S&F-Gruppe/BEP

Kontaktaufnahme: einkauf@sundf-gruppe.de



Scan me!

Leckeress Essen – niedrige Vollkosten

Denken Sie Gemeinschaftsverpflegung neu – mit Smart Cuisine, dem intelligenten Küchenkonzept für Ihren Erfolg: **Kosteneffektiv. Gelingsicher. Innovativ.**

Wir liefern Ihnen Menüs, digitale Tools und mehr für die GV-Küche von morgen.

transgourmet-smartcuisine.de



TRANS GOURMET

Auf Kurs für ein erfolgreiches 2025

Der Einkauf hat sich zu einem Motor des Wandels entwickelt, in einer Welt, die sich schneller verändert als je zuvor. Wie John Davie, Gründer der Buyers Edge Platform (BEP), sagte: „Als ich dieses Unternehmen gegründet habe, hatte ich ein Ziel: Ich möchte Ideen. Ich möchte abweichende Meinungen. Ich möchte die besten Köpfe des Landes, die für unsere Kunden arbeiten.“

Als Vice President of Strategic Procurement – Europe hoffe ich, James Kennedy, dass John damit auch mich meinte! Auch wenn ich nicht unbedingt behaupte, einer der „besten Köpfe des Landes“ zu sein, bringe ich Leidenschaft, Entschlossenheit und eine Prise Humor mit an den Tisch. Mein Fokus ist klar: Ich möchte Johns **Vision** von **strategischer Zusammenarbeit** und **Innovation** in Europas dynamische und vielfältige Gastronomielandschaft bringen. Seit meinem Einstieg bei BEP im Februar 2024 erlebe ich eine unglaubliche Wachstumsreise.

Es ist mir eine große Freude, mich an Sie zu wenden und meine Begeisterung für die Zusammenarbeit mit S&F in den kommenden Monaten und Jahren zu teilen. S&F ist ein fantastisches Unternehmen, voller leidenschaftlicher und engagierter **Experten**, die unermüdlich im Hintergrund für ihre Kunden arbeiten. Sie sind eine wunderbare Ergänzung zur BEP-Familie, und ich freue mich sehr darauf, diese Reise mit einem so großartigen Team zu beginnen.

Einkaufsmethoden, die es versäumen, Technologie zu nutzen oder sich an die sich wandelnden Bedürfnisse von Gesellschaft und Industrie anzupassen, werden unweigerlich zurückfallen. Wie Louis L'Amour in seinem ikonischen Western-Roman sagte, ist es heute eine Frage von „den Schnellen und den Toten“. Unternehmen, die sich anpassen, Daten effektiv nutzen und Innovationen fördern, werden gedeihen, während diejenigen, die dies nicht tun, zurückbleiben.

Von seinen bescheidenen Anfängen in Johns Keller vor über 25 Jahren hat sich BEP zu einem milliardenstarken Unternehmen und einem **führenden Technologieanbieter im Gastronomiesektor** entwickelt. Angesichts beispielloser Kostendrucke, geopolitischer Unsicherheiten und rasanter technologischer Entwicklungen ist Johns Aufruf zu Ideen und Innovationen heute relevanter – und notwendiger – denn je.

Navigieren in einer komplexen geopolitischen Landschaft

2024 war ein Wendepunkt: das Jahr, in dem wir kritische globale Erwärmungsschwellen überschritten haben.

Dieses Ereignis unterstreicht die Dringlichkeit für Unternehmen, sich an die sich wandelnden Vorschriften anzupassen und **innovative Beschaffungspraktiken** zu übernehmen. Nachhaltigkeit ist jedoch nur ein Aspekt einer zunehmend komplexen geopolitischen Landschaft.

Mit Blick auf 2025 bringt die Rückkehr von Donald Trump in die US-Präsidentschaft eine neue Ebene der **Unvorhersehbarkeit** mit sich. Seine Regierung hat Pläne für **potenzielle Handelszölle** auf europäische Waren angedeutet, die stark von transatlantischem Handel abhängige Branchen, einschließlich der Gastronomie, erheblich beeinträchtigen könnten. Diese Entwicklungen erfordern, dass Unternehmen sich auf Kostenschwankungen und Unterbrechungen in der Lieferkette vorbereiten.

Näher an der Heimat kämpft Deutschland, die größte Volkswirtschaft Europas, mit eigenen politischen Herausforderungen. Eine fragmentierte Koalitionsregierung und unterschiedliche Positionen in wichtigen Politikbereichen schaffen **Unsicherheit** über die wirtschaftliche Ausrichtung des Landes. Diese Instabilität stellt Unternehmen, die auf dem **deutschen Markt** tätig sind, vor Herausforderungen und könnte die Umsetzung wichtiger Gesetzesvorhaben, wie etwa Reformen der Lieferketten, verzögern.

Trotz dieser Herausforderungen bietet die **Partnerschaft zwischen S&F und BEP** ein solides Fundament, um geopolitische Risiken zu bewältigen. Durch die Kombination von BEPs globaler Expertise mit unserem lokalen Wissen haben wir flexible und **widerstandsfähige Lieferkettenstrategien** entwickelt, die den Anforderungen einer sich schnell verändernden Welt gerecht werden. Gemeinsam verpflichten wir uns, der Entwicklung stets einen Schritt voraus zu sein, um sicherzustellen, dass unsere Kunden auch in Zeiten der Unsicherheit ihre Wettbewerbsfähigkeit bewahren.

Kostendruck inmitten von Rohstoffvolatilität

2024 erwies sich als besonders schwieriges Jahr für die Gastronomiebranche, da die **Preise für wichtige Rohstoffe** stark anstiegen. Die Kakaopreise erreichten mit rund 12.000 US-Dollar pro Tonne ein Rekordhoch – ein Anstieg von 178 % im Vergleich zum Vorjahr. Dieser Preissprung wurde durch ungünstige Wetterbedingungen und Pflanzenkrankheiten in Westafrika verursacht, das 70 % des weltweiten Kakaos liefert. Auch die Zuckerpreise schnellten in die Höhe, angetrieben durch reduzierte Produktion in wichtigen Ländern wie Brasilien und Indien, was innerhalb von nur drei Monaten zu einem Anstieg der Süßwarenkosten in GB um 10 % führte.



(Abb.: Analyse Inside Track, Quelle; Inside Track)

Rohöl, ein entscheidender Faktor für Transport und Produktion, erreichte im Juli 2024 einen Höchststand von 87,55 US-Dollar pro Barrel. Die jüngsten Preisspitzen bei Öl, bedingt durch geopolitische Spannungen und schrumpfende globale Vorräte, haben den Kostendruck weiter verstärkt und erhebliche Herausforderungen für Gastronomiebetriebe geschaffen, die auf effiziente Logistik angewiesen sind.

Der deutsche Markt sah sich mit eigenen Herausforderungen konfrontiert. Das **BIP-Wachstum** stagnierte, mit einem Anstieg von lediglich 0,1 % im dritten Quartal 2024 nach einer Schrumpfung im Vorquartal, was auf umfassendere wirtschaftliche Probleme hinweist. Die **Inflation**, die im Dezember 2024 auf 2,6 % anstieg, schmälerte zusätzlich die Kaufkraft und verschärfte den Kostendruck entlang der gesamten Lieferkette. In Kombination mit der anhaltenden politischen Unsicherheit in Deutschland hat dies ein besonders schwieriges Umfeld für Unternehmen geschaffen, die in der Region tätig sind.

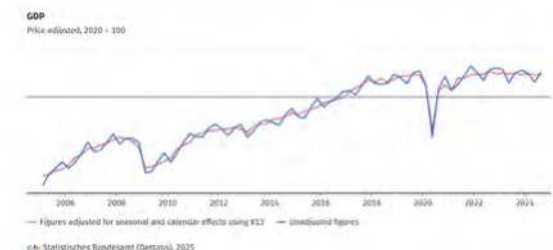
Die Partnerschaft zwischen S&F und BEP wird entscheidend sein, um **Risiken zu mindern**. Durch den Einsatz datengetriebener Beschaffungslösungen und unserer globalen Einkaufsmacht werden wir darauf hinarbeiten, **Stabilität für unsere Kunden in einem volatilen Markt** zu gewährleisten.

Die Kraft der Technologie nutzen

Technologie ist zur Grundlage moderner Beschaffung geworden, und die Zusammenarbeit zwischen S&F und BEP verkörpert diesen Wandel perfekt. Inside Track, eine fortschrittliche Analyse- und Beschaffungsplattform, revolutioniert die Art und Weise, wie wir Trends vorherzusagen, Bestände zu verwalten und Lieferantenbeziehungen zu stärken.



(Abb.: Zitat Doug Smith, Quelle Inside Track)



(Abb.: Preis Anpassung, 2020, Quelle Statistisches Bundesamt, 2025)

Bei Buyers Edge sind wir stolz auf unsere **Begeisterung für Daten** – und das aus gutem Grund. Wie John Davie, CEO und Gründer von Buyers Edge, einmal sagte: „Ich habe sehr schnell erkannt, dass **diese Branche nach Daten dürstet** – und dass Daten unser Alleinstellungsmerkmal sein würden.“ Dieser Glaube hat unsere Herangehensweise geprägt und hilft uns, aus Rohdaten umsetzbare Erkenntnisse zu gewinnen, die Unternehmen in die Lage versetzen, klügere Entscheidungen zu treffen.

Im Kern sind wir eine „**Datenverarbeitungsmaschine**“ – und darauf sind wir stolz. Unsere Fähigkeit, riesige Datenmengen zu analysieren, ist nicht nur bemerkenswert, sondern das, was uns wirklich auszeichnet. KI-gestützte Tools wie die von Inside Track spielen eine entscheidende Rolle bei der **Vereinfachung und Verbesserung komplexer Beschaffungsprozesse**. Ein herausragendes Beispiel ist das Preisüberprüfungstool von Inside Track, das die traditionell arbeitsintensive Aufgabe der **Preisprüfung über Beschaffungsvereinbarungen hinweg automatisiert**. Doch dabei bleibt es nicht. Wir gehen weiter, indem wir unseren Kunden helfen, Abweichungen aufzudecken und sicherzustellen, dass sie ihr Geld zurückerhalten und genau das bekommen, wofür sie bezahlt haben.

Von Preistrends bis hin zur Optimierung der Lieferkette bietet Inside Track S&F und seinen Kunden die Werkzeuge, um in einem zunehmend volatilen Markt zu bestehen. Durch die Analyse von Echtzeitdaten und die Nutzung prädiktiver Analysen können wir Herausforderungen proaktiv angehen und Chancen identifizieren – und setzen damit einen **neuen Standard für Effizienz und Präzision in der Beschaffung**.

Die Kraft der Zusammenarbeit

Die **Stärkung von Partnerschaften mit Herstellern und Lieferanten** in Europa und weltweit steht für mich im Mittelpunkt. Zusammenarbeit ist der Schlüssel – und

sie beginnt mit dem Teilen von Datenanalysen und der Schaffung von Wachstumschancen für unsere Lieferpartner, die Hand in Hand mit unseren Mitgliedern gehen.

Zu diesem Zweck werde ich eng mit meinen Kollegen in Deutschland zusammenarbeiten, um den Kunden von S&F noch mehr Möglichkeiten zu bieten. Unser Team ist fest entschlossen, jede denkbare Möglichkeit zu nutzen, um Ihnen Kosten zu sparen oder zusätzlichen **Mehrwert durch die strategischen Partnerschaften** zu schaffen, die BEP ins Spiel bringt.

Es ist wichtig zu verstehen, was S&F nun mit der Unterstützung von BEP anbieten kann. Was ich mit diesem Artikel vermitteln möchte, ist, dass S&F jetzt besser denn je in der Lage ist, seine Kunden in diesen herausfordernden Zeiten aktiv zu unterstützen. Mit einem umfassenden Dienstleistungsangebot hebt sich S&F von der Konkurrenz ab und positioniert sich als **wahre All-in-One-Lösung für alle Ihre Beschaffungsbedürfnisse**.

Besonders überzeugend an diesem Angebot ist, dass es den Kunden nicht nur Einblicke in Preise, sondern auch in den tatsächlichen Wert dessen gibt, was sie kaufen. Dadurch werden klügere und strategischere Entscheidungen möglich.

Was S&F mit der Unterstützung von „Powered by Buyers Edge“ bietet, wird in der folgenden Tabelle am besten zusammengefasst:

| | |
|---|---|
| 1. Abbildung der individuellen Einkaufsphilosophie des Kunden | Anpassung von Lösungen an die spezifischen organisatorischen Anforderungen des Kunden. |
| 2. Technologische Datenanalyse mit Inside Track | Bereitstellung individueller Auswertungen zur Verbesserung der Entscheidungsfindung. |
| 3. Aggregation von Daten aus globalen Märkten | Anpassung von Wertschöpfungskettendaten an die individuellen Anforderungen des Kunden. Individuelle Ausschreibungsverfahren |
| 4. Individuelle Ausschreibungsverfahren | Bereitstellung des Bestpreis-Konzepts durch personalisierte Ansätze. |
| 5. Entwicklung maßgeschneiderter Software für Einkauf und Lagerverwaltung | Abstimmung von Lösungen auf die Wertschöpfungsprozesse des Kunden |
| 6. Aktuelle Datensicherheit und Compliance | Sicherstellung des Zugriffs auf genaue Nährwertangaben, Allergene, Zusatzstoffe (LMIV-Daten), Preise und Kalkulationen. |
| 7. Unterstützung im strategischen Beschaffungsmanagement | Anbieten maßgeschneiderter Dienstleistungen, Marktberichte und Bewertungen für aktuelle Anforderungen. |

Fazit

Von John Davies' bescheidenem Keller bis hin zu einem globalen Unternehmen zeigt diese Reise die immense **Kraft von Vision und Anpassungsfähigkeit**. Die Partnerschaft zwischen S&F und BEP ist ein Beweis dafür, wie strategische Zusammenarbeit und innovative Ansätze Herausforderungen bewältigen und Erfolg in einer zunehmend komplexen und wettbewerbsintensiven Welt vorantreiben können.

Mit Blick auf 2025 ist unsere Einkaufsstrategie nicht nur auf Kurs – sie geht voran. Angetrieben von einem gemeinsamen Engagement für Spitzenleistung gegenüber unseren Kunden und der gesamten Branche setzen wir neue Maßstäbe.

Ich möchte Ihnen, den Lesern, meine zentrale Botschaft für 2025 mitgeben: Ich habe immer den Spruch von Wayne Gretzky geschätzt: „Man verpasst 100 % der Chancen, die man nicht nutzt.“ In diesem Sinne möchte ich Sie ermutigen, sich an meine Kolleginnen und Kollegen bei S&F zu wenden, um zu verstehen, wie wir Ihre geschäftlichen Anforderungen am besten unterstützen können. Nachdem ich große, komplexe Lieferketten gemanagt habe, kann ich Ihnen sagen, dass ich alles gegeben hätte, um die Art von Analysen zu haben, die heute verfügbar sind, um mein Geschäft besser zu verstehen. Lassen Sie mich ganz klar sagen: **Big Data, Analytik und KI sind nicht die Zukunft – sie sind die Gegenwart**. Ich ermutige Sie, diese Veränderungen vollständig anzunehmen. Vertrauen Sie mir – Sie werden es nicht bereuen.



James Kennedy – Biografie

James Kennedy verfügt über mehr als ein Jahrzehnt internationale Erfahrung im Bereich Beschaffung, seit er seine Karriere als Absolvent bei dem Luxusautomobilhersteller Aston Martin begann. Er stammt aus Schottland, lebt aber in Rugby, England. Im Laufe seiner dynamischen Karriere hat er für führende Unternehmen wie Jaguar Land Rover, Aldi, RBH Hospitality Management und Inspired Education gearbeitet.

Seine branchenübergreifende Erfahrung umfasst die Automobil-, Einzelhandels- und Hospitality-Branche, wodurch er über ein breites und flexibles Kompetenzspektrum verfügt. Von der Beschaffung schwerer Automobilmaschinen bis hin zu innovativen Artikeln wie ananasförmigen Glasgetränkenspendern hat James sich erfolgreich einer Vielzahl einzigartiger und herausfordernder Beschaffungsprojekte gestellt.

Im Laufe seiner Karriere hat James stets großen Ehrgeiz gezeigt, Mehrwert zu schaffen, Beziehungen zu Lieferanten zu entwickeln und Stakeholdern die bestmöglichen Ergebnisse zu liefern. Seine Erfahrungen in verschiedenen Branchen haben ihn gut darauf vorbereitet, die Komplexität der heutigen Beschaffung zu verstehen.

Abseits seiner beruflichen Tätigkeit freut sich James in diesem Jahr besonders auf seine Hochzeit. In seiner Freizeit probiert er gerne Neues aus und ist für jede Art von Abenteuer zu begeistern.



Beitrag von:

James Kennedy

Vizepräsident Strategische Beschaffung – Europa, Buyers Edge Plattform

dein Begleiter auf dem Weg zu nachhaltiger Verpflegung

alles integriert - alles geprüft - alles digital



Mehr Infos



Zur Wochenkarte



Alles aus einer Hand - fundiert und praxiserprobt!

Smarte Beschaffung, nachhaltige Artikeldaten und digitale Vernetzung

Die Lebensmittelbranche ist im Wandel: Kostensteigerungen, regelmäßig neue Anforderungen und der Wunsch nach nachhaltigen Entscheidungen prägen die Beschaffung der Zukunft. Digitalisierung und datenbasierte Analysen sind keine Vision mehr – sie sind der Schlüssel, um Effizienz zu steigern und nachhaltige Wertschöpfungsketten zu gestalten. Greenado unterstützt Unternehmen mit datengetriebenen Lösungen, um den Einkauf transparenter, effizienter und nachhaltiger zu machen.

Herausforderungen im Einkaufsmanagement – Vergleichbarkeit der Artikel

Der Druck auf Einkaufsteams wächst: schwankende Rohstoffpreise, fragile Lieferketten und neue Berichtspflichten machen Nachhaltigkeitsdaten unverzichtbar. Gleichzeitig müssen Betriebe ökologische Verantwortung mit wirtschaftlicher Rentabilität verbinden.

Vorsicht Datenfalle: das Zusammenführen von unterschiedlichen Lieferantenartikeldaten ohne einheitliche Datenquellen und gleichartige Berechnungslogiken führt zu fehlerhaften Entscheidungen.

Ein Schlüssel liegt in der systematischen Erfassung und Bewertung von Produkten: Welche Lebensmittel haben den geringsten CO₂-Fußabdruck? Welche Alternativen gibt es? Wie lassen sich Menüs optimieren, um Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit zu verbinden?

GRE:AT SCORE® : Nachhaltigkeit messbar machen

Ein nachhaltiger Einkauf geht über die richtige Produktauswahl hinaus – auch die Rezeptierung und Kommunikation spielen eine Rolle. Der Greet-Score bewertet Speisen anhand zentraler Umweltkriterien wie CO₂-Emissionen und ernährungsphysiologischer Aspekte.

Vorteile:

- **Nachhaltigkeitsbewertung auf einen Blick**
- **Fünfstufige Farbskala für einfache Menügestaltung**
- **Mehr Transparenz für Gäste**

Nachhaltigkeitskennzeichnungen beeinflussen nachweislich das Kaufverhalten positiv: Gäste wählen häufiger klimafreundliche Gerichte, wenn sie die Auswirkungen nachvollziehen können. Für Betriebe bedeutet das eine stärkere Positionierung und die Möglichkeit, Lebensmittelverschwendung und Kosten zu reduzieren.

Warum ist das relevant für den Einkauf?

- **Transparente Lieferketten:** eine neue Grundlage für die Auswahl nachhaltigerer Lieferanten und Zutaten.
- **Datenbasierte Entscheidungen:** Gastronomen können auf Basis des Scores Speisekarten optimieren und strategische Einkaufsentscheidungen treffen.
- **Gästepflichtklärung & Kundenbindung:** Verbraucher fordern zunehmend Transparenz – mit dem GREET-Score wird Nachhaltigkeit nachvollziehbar und kommunizierbar.

Der Einkaufsprozess wird dadurch nachhaltiger und effizienter. Lieferanten und Produzenten, die den Anforderungen an ökologische und gesundheitsfördernde Produkte entsprechen, werden frühzeitig identifiziert und involviert.

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in der Beschaffung

Nachhaltige Beschaffung betrifft nicht nur einzelne Betriebe, sondern ganze Wertschöpfungsketten. Unternehmen müssen sich auf neue Anforderungen einstellen:

- **Verlässliche Nachhaltigkeitskennzahlen** werden zur Entscheidungsgrundlage
- **Digitalisierte Prozesse** verbessern den Datenaustausch
- **Regulatorische Vorgaben** erfordern nachhaltige Einkaufsstrategien

Fazit: Die Zukunft der Lebensmittelbeschaffung ist datenbasiert und nachhaltig

Nachhaltigkeit und Effizienz gehen Hand in Hand. Unternehmen, die Transparenz schaffen, datenbasiert entscheiden und Prozesse optimieren, sichern sich langfristige Vorteile.

Mit dem Greet-Score und dem umfangreichen Datenmanagement stellt Greenado eine innovative Lösung bereit, um nachhaltige Beschaffung zu vereinfachen. Durch den kontinuierlichen Ausbau unserer Nachhaltigkeitsdaten helfen wir Betrieben, Nachhaltigkeit als echten Wettbewerbsvorteil zu nutzen.



Resiliente Supply Chains in turbulenten Zeiten



Die zunehmende Volatilität und Unsicherheit in **globalen Lieferketten** hat in den letzten Jahren wiederholt zu massiven Störungen geführt. Naturkatastrophen, geopolitische Konflikte, Pandemien und wirtschaftliche Turbulenzen beeinflussen die **Resilienz von Supply Chains** erheblich.

Zu den Herausforderungen zählen unterschiedliche Ursachen, die zu Belastungen und Unsicherheiten in Lieferketten führen. Damit sind nicht nur Naturkatastrophen oder Pandemien angesprochen, sondern etwa auch die aktuellen Auswirkungen geopolitischer Spannungen auf den Welthandel und die daraus resultierende Um- und Neugestaltung globaler Lieferketten. Wichtig ist, dass hierfür zunächst ein umfassenderes **Verständnis der Herausforderungen** erzeugt wird und daraus mögliche Strategien zur Steigerung der Resilienz volatiler, unsicherer und komplexer Lieferketten entwickelt werden.

Die **Globalisierung** hat die Komplexität von Lieferketten, rechtlichen Anforderungen und Marktdynamiken erhöht. Die Abhängigkeit der deutschen Industrie von ausländischen Zulieferern ist in den letzten Jahren gestiegen, was auch auf die zunehmende Komplexität und Vernetzung globaler Lieferketten zurückzuführen ist. Solche **komplexen und globalen Wertschöpfungsketten** sind anfällig für Störungen. Insbesondere müssen sich Unternehmen mit unvorhersehbaren Störungen auseinandersetzen, deren Ursachen vielfältig sind. Neben Naturkatastrophen wie Erdbeben, Überschwemmungen und Stürmen spielen auch menschengemach-

te Krisen wie Konflikte, Handelskriege und politische Sanktionen eine Rolle. Die Auswirkungen können sehr vielfältig sein.

Die Fukushima-Katastrophe wirkte sich beispielsweise auf die weltweite Energiepolitik aus und führte in Deutschland zur sogenannten Energiewende. Die COVID-19-Pandemie brachte viele Branchen zum Stillstand und traf Produktionsketten empfindlich. Die Suezkanal-Blockade verursachte monatelange Verzögerungen im globalen Warenverkehr. Weiterhin führt eine Veränderung des Konsumentenverhaltens ebenfalls zu einem Wandel der Lieferketten. Verbraucher verlangen zunehmend individuellere, schnellere und zuverlässigere Dienstleistungen. Gleichzeitig steigt das Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, was zu veränderten Verbraucherpräferenzen und angepassten gesetzlichen Anforderungen führt. Unternehmen müssen also antizipieren, wie sich das Verbraucherverhalten, aber auch neue Vorschriften auf ihre Geschäftstätigkeit auswirken und wie sie ihre unternehmerische Verantwortung transparent und reputationswährend dokumentieren.

Um den vorgenannten Herausforderungen zu begegnen, findet sich eine erste mögliche konzeptionelle Rahmung in der **Begriffsschöpfung „VUKA“**. Die VUKA-Welt ist geprägt von **Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität** (Mehrdeutigkeit). Zunehmender Unsicherheit beispielsweise begegnen Unternehmen

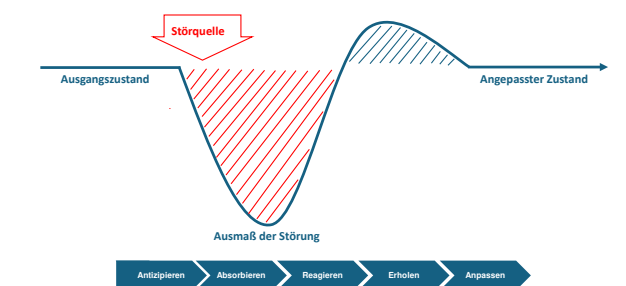
mit einer Erhöhung ihrer Maßnahmen im **Risikomanagement**. Zunehmende Komplexität löst meist das Bedürfnis nach einer noch transparenteren Lieferkette aus. Auch fehlt Unternehmen mitunter die Einordnung, inwieweit einzelne vermeintlich negative Einflüsse dem Unternehmen dienlich sind oder eine Gefahr darstellen. So gibt es Unternehmen, die es verstanden haben, aus Krisen gestärkt hervorzugehen, da sie teilweise schneller und besser als ihre Wettbewerber daraus hervorgingen.

Die Anpassungsfähigkeit von Unternehmen und mithin das Konzept der **organisationalen Resilienz** gilt hier als zentrales Konzept. Resiliente Systeme zeichnen sich durch **Adaptivität, Lernfähigkeit und Redundanz** aus. Unternehmen können ihre Lieferkettenresilienz durch gezielte Maßnahmen stärken, etwa durch eine **verbesserte Prognostik**, die **Diversifizierung von Lieferanten**, eine verstärkte Kooperation entlang der Wertschöpfungskette sowie **Notfallpläne** zur Sicherstellung der Geschäftskontinuität.

Ein weiteres damit verbundenes Konzept ist die **Ambidextrie**, also die Fähigkeit von Organisationen, sich gut vorbereitet an aktuelle Herausforderungen anzupassen und neue Wege auszuprobieren, während sie ihre Geschäfte stabil weiterführen. Ein solches **Business-Continuity-Management** in Zeiten der Krise ermöglicht Unternehmen, sowohl bestehende Prozesse zu optimieren als auch flexibel auf unerwartete Störungen zu reagieren. Ambidextrie versetzt Organisationen besser

in die Lage, **Innovationen zu fördern** und gleichzeitig **operative Exzellenz** aufrechtzuerhalten, was für die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs in Krisenzeiten entscheidend ist.

Resilienz als Fähigkeit eines Systems, sich nach einer Störung schnell wieder zu normalisieren, für eine langfristige Toleranz gegenüber Störungen angesichts turbulenter Umweltveränderungen



Beitrag von:
Prof. Dr. Thomas Hanke

Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insb. Logistik, FOM Hochschule für Oekonomie & Management Essen

Risikomanagement in der GV

Was ist passiert, wenn morgens der Duft von frisch gebrühtem Kaffee fehlt? Die Röstaromen der gemahlene schwarzen Bohne, wahlweise zubereitet als Espresso, Cappuccino oder klassisch per Filter: Ein belebendes Aroma, das wie eine sanfte Brise durch den Raum weht und viele erst zum Aufstehen animiert. Dass der Duft fehlt, kann verschiedene Gründe haben: Stromausfall oder eine schwere Erkältung. Die Möglichkeiten, etwas dagegen zu tun, sind begrenzt. Bei **Lieferausfällen von Lieferanten** durch Insolvenz oder Warenmangel, die ebenfalls zu einem Ausfall führen können, sind die Chancen größer. Hätte man früher reagiert, wäre es nicht zu dieser apokalyptischen Situation gekommen.

Um nicht in eine Abhängigkeit von einzelnen Waren oder in ein „**Single Sourcing**“ zu geraten, empfiehlt es sich, nach Alternativen zu suchen und die Vorgaben nicht zu eng zu fassen. Der verantwortliche Einkäufer hat eine zugegebenermaßen umfangreiche Aufgabe: die benötigte Ware zum richtigen Zeitpunkt in der geforderten Qualität zum bestmöglichen Preis zu beschaffen. Das klingt erst einmal nicht so kompliziert, doch durch strenge Vorgaben ohne Toleranz aus der Produktion/Küche kommt der Einkauf oft in die Situation, dass er nur noch reagiert und nicht mehr agiert. Es gibt Unterschiede: In Betriebskantinen ist der Einsatz von Ersatzprodukten einfacher als in Großküchen, die für Menschen mit schweren Allergien oder Risikogruppen kochen. Die Verantwortlichen können die Vorgaben bei der Beschaffung kaum lockern oder Produktänderungen zulassen. In Krankenhäusern, Justizvollzugsanstalten (Mohn) oder Pflegeeinrichtungen dürfen Ersatzprodukte nur nach vorheriger Absprache verwendet werden.

Dies hat zur Folge, dass es für Produkte mit strengen Beschränkungen und Vorschriften, die schwer zu beschaffen sind, nach Möglichkeit ein **zugelassenes Alternativprodukt** gibt. Natürlich steht die **Versorgungssicherheit** an erster Stelle, aber auch die **Wirtschaftlichkeit** darf nicht außer Acht gelassen werden. Viele Unternehmen begeben sich durch enge Vorschriften für Lieferanten in eine unnötige Abhängigkeit und bauen Lieferanten unbewusst zu Monopolisten auf. Denn wenn die Vorgaben zu eng an die Spezifikation des Lieferanten geknüpft sind, ist es unter Umständen schwierig, Alternativen zu beschaffen.

Tipp

Erstellen Sie gemeinsam mit den Fachabteilungen Spezifikationen, die es dem Einkäufer ermöglicht, einen zweiten Lieferanten aufzubauen. So geraten Sie nicht in Abhängigkeit und müssen nicht jede neue Preisforderung mitgehen.

Ein kurzer Überblick

Beim Risikomanagement geht es darum, die wichtigsten Produkte und Dienstleistungen zu erfassen, zu analysieren, zu bewerten und die Punkte herauszuarbeiten, die das Unternehmen in eine **Abhängigkeit** bringen können. Daraus sind geeignete Maßnahmen abzuleiten, die helfen, diese auszuschließen oder zu reduzieren. Dabei kann es sich um Versorgungsengpässe, finanzielle oder personelle Risiken handeln – einfach alles, was den Unternehmenserfolg gefährdet.

- **Versorgungsengpässe** entstehen durch Ernteauffälle oder Insolvenzen.
- **Finanzielle Risiken** entstehen, wenn Sie in Zahlungsverzug geraten und von Lieferanten nicht mehr mit der gewünschten Ware beliefert werden können.
- **Personalrisiken** entstehen durch hohe Personalfuktuation oder mangelhafte Ausstattung und daraus resultierende Verletzungen mit Ausfallzeiten.

Die verschiedenen Arten zeigen, dass es nicht allein Aufgabe des **Einkaufs** ist, sich mit dem Thema zu befassen. Auch das **Finanz-/Rechnungswesen** und die **Personalabteilung** spielen eine wichtige Rolle und tragen in ihren Bereichen die Verantwortung.

Risikomanagement ist ein Thema für jedes Unternehmen, und doch können nicht alle Fälle betrachtet werden, da das Ergebnis keine Kennzahl ist.

Ob ChatGPT oder ein anderes KI-gestütztes Programm helfen kann, ein Risiko einzuschätzen, ist schwer zu beantworten. Vulkanausbrüche, Erdbeben und Pandemien können nicht vorhergesagt werden, und das Ergebnis ist keine Zahl, aus der Maßnahmen abgeleitet werden können. Das Risiko muss auf den Betrieb bezogen und angepasst werden.

Unwetter in Asien betreffen Sie nicht, wenn Sie regionale Lebensmittel verarbeiten. Es wird jedoch zu einem großen Problem, wenn Ihr Servicetechniker keine Ersatzteile vorrätig hat, um Ihren Konvektomaten zu reparieren, und Sie keinen neuen bekommen, weil der Hersteller auf Chips aus Südostasien wartet, die nicht geliefert werden können.

Tipp

Wenn Sie keine Möglichkeit haben, sich gegen das Eintreten von Risiken abzusichern, sprechen Sie mit Ihren Lieferanten und Partnern. Fragen Sie, welche Alternativen sie haben, um die Versorgungssicherheit zu gewährleisten, zum Beispiel durch erhöhte Lagerbestände etc.,

oder ob es identische Ersatzprodukte im Sortiment gibt.

Einwegmasken waren bis Ende 2019 ein einfach zu beschaffendes und kostengünstiges indirektes Material. In den Monaten danach waren sie immer noch ein indirektes Material, jedoch wurde die Beschaffung aufwendiger, und die Kosten stiegen massiv an.

Kosten

Es ist nicht notwendig, Forschungsaufträge an Universitäten zu vergeben, um die Risiken in der Lieferkette von Kartoffeln und Kartoffelprodukten zu bewerten. Die Kosten bei der allgemeinen Betrachtung halten sich in Grenzen: Fachpublikationen oder ein Experte, der das Thema aus einer neutralen Position betrachtet und Ihnen Handlungsempfehlungen geben kann, reichen aus, dabei bleiben die Kosten im Rahmen.

Tipp

Schaffen Sie Transparenz auf Warenebene. Wie hoch das Risiko eines Lieferausfalls bei Forelle und Alaska-Seelachs ist, spielt zunächst keine Rolle. Bewerten Sie Ihre Warenebenen (im obigen Beispiel Fisch) und bestimmen Sie dann das Risiko.

Verlaufen Sie sich nicht in Mikromanagement und unterscheiden Sie Meer und Süßwasserfisch und letztere in Fische aus Flüssen und Binnengewässern.

Bewährt hat sich in diesem Zusammenhang eine Matrix, in der alle Warenebenen eingetragen werden können. Wenn die Ausfallwahrscheinlichkeit hoch ist und es keine Alternativen gibt, sollte jedem klar sein, bei welcher Warenebene die Arbeit beginnt.

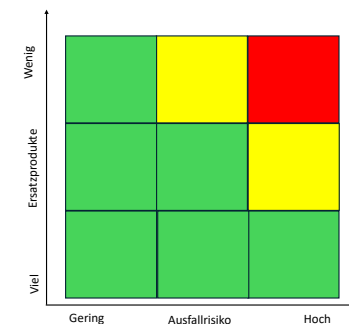


Abb.1: Risiko-Matrix

Gefahr: Maverick Buying

Damit ist der Einkauf, ohne die dafür verantwortliche Fachabteilung zu Rate zu ziehen, gemeint. Diese Form des Einkaufs behindert nicht nur die Transparenz, sondern verursacht zusätzliche Kosten in der Buchhaltung und Rechnungsprüfung. Die größte Gefahr besteht darin, dass über Umwege Waren beschafft werden, deren Ausfall die Produktion in Schwierigkeiten bringt und die der Einkauf nicht kennt.

RR - Risiko-Fahrplan:

1. Bewertung der Warenebenen
2. Risiken erfassen und bewerten
3. Maßnahmen entwickeln
4. regelmäßige Überprüfung

Fazit

„There is no glory in prevention“ – die Aussage von Prof. Christian Drost bringt es auf den Punkt und wurde weltweit in unzähligen Medien zitiert.

Kein Unternehmen gibt gerne Geld für etwas aus, das hoffentlich nicht eintritt. Aus diesem Grund wird das Thema in vielen Unternehmen vernachlässigt.

Es gibt genügend Beispiele aus der jüngsten Vergangenheit, die zeigen, dass es sich lohnt, ein wenig Zeit und Geld in die **Vorsorge** zu investieren.

Gerade erreicht der Preis für Schokolade aufgrund des Klimawandels neue Höchststände. Das wirkt sich mittel- und langfristig auch auf die Preise von Schokopudding und Co. aus. Wenn Ihr Kunde den Preis, den Sie verlangen müssen, um wirtschaftlich zu arbeiten, nicht mehr bezahlen kann, brauchen Sie eine Alternative in der Konditorei.

Wichtig ist, dass man **aktiv handelt** und sich nicht vom Markt leiten lässt, wenn es zu spät ist. Es gibt immer Risiken, egal in welcher Form, mit denen jeder umgehen muss. Wer gut vorbereitet ist, den trifft der erste Schlag nicht so hart, und nach dem ersten Schlag kann man besser reagieren.

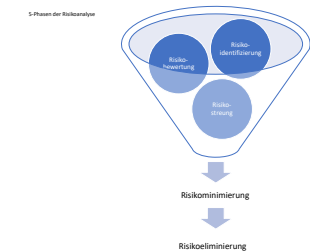


Abb.2: Risikomanagement

Eine bildliche Übersicht kann helfen, den richtigen Ansatzpunkt zu finden.



Beitrag von:
Sebastian Heuser
Freier Journalist

Die Zukunft des Beschaffungsmanagements im Gastgewerbe:

Warum datengesteuerte Lösungen der Schlüssel zum Erfolg sind

Die europäische Hotel- und Gastronomiebranche steht an einem Wendepunkt, geprägt von wirtschaftlichem Druck, veränderten Kundenerwartungen und neuen regulatorischen Anforderungen. In Deutschland und Europa stellen makroökonomische Herausforderungen wie Inflation, steigende Betriebskosten und Arbeitskräftemangel Hotellerie-Betreiber vor große Herausforderungen. Um Rentabilität und Widerstandsfähigkeit zu gewährleisten, sind innovative Beschaffungs- und Lieferkettenstrategien unerlässlich.

Die wirtschaftliche Lage und der Gastgewerbesektor

In den letzten Jahren mussten sich Hotel- und Gastronomiebetriebe mit schwankender Nachfrage, Unterbrechungen in der Lieferkette und zunehmenden Nachhaltigkeitsvorgaben auseinandersetzen. Die Inflation hat die Kosten für Rohstoffe, Energie und Löhne in die Höhe getrieben, wodurch eine effektive Kostenkontrolle für Betreiber oberste Priorität hat. Gleichzeitig fordert die EU eine nachhaltige und verantwortungsbewusste Beschaffung, was Unternehmen dazu zwingt, Kosteneffizienz mit regulatorischer Compliance und ESG-Initiativen (Environmental, Social and Governance) in Einklang zu bringen.

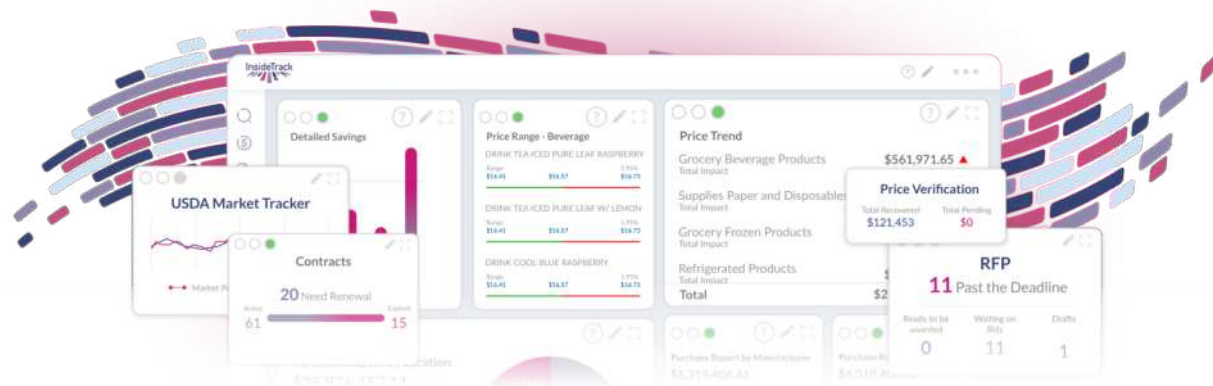
Arbeitskräftemangel bleibt eine der größten Herausforderungen, da viele Betriebe Schwierigkeiten haben, offene Stellen in Service und Küche zu besetzen. Dies führt zu einer verstärkten Nutzung von Automatisierung, technologiegestützter Beschaffung und strategischen Partnerschaften mit Lieferanten, um die Effizienz zu steigern.

In diesem Umfeld geht es bei der Beschaffung nicht nur um Kosteneinsparungen, sondern um Anpassungsfähigkeit, Transparenz und langfristige Wertschöpfung.

Warum InsideTrack die ideale Lösung für die Beschaffung in der Hotellerie ist

InsideTrack, die offizielle Ausgabenmanagement-Technologie der Buyers Edge Platform, bietet eine einzigartige Lösung, um das volle Potenzial der Einkaufsstrategie von Gastronomiebetrieben auszuschöpfen. Durch den Einsatz proprietärer Technologie und einer umfangreichen Datenbank von Einkaufsinformationen ermöglichen wir Unternehmen:

- **Beschaffungsdaten standardisieren und strukturieren:** Wir verwandeln komplexe Einkaufsdaten in verwertbare Informationen und schaffen vollständige Transparenz über Lieferketten und Ausgaben.
- **Fehlberechnungen aufdecken und Vertragskonformität optimieren:** Unsere Technologie erkennt Preisabweichungen und stellt sicher, dass Unternehmen die vereinbarten Vertragsbedingungen erhalten, wodurch finanzielle Verluste minimiert werden.
- **Branchen-Benchmarking und Management-Reporting bereitstellen:** Unsere Analysen liefern wertvolle Einblicke in Markttrends und Preisentwicklungen, um fundierte Einkaufsentscheidungen zu ermöglichen.



(Abb.: Inside Track Leistungen)

- **Rabatte und Einsparungen maximieren:** Unsere Lösung sorgt dafür, dass Unternehmen alle verfügbaren Sparpotenziale ausschöpfen und die Rentabilität steigern, ohne Qualitätseinbußen hinnehmen zu müssen.
- **Effizienz steigern und Zeit sparen:** InsideTrack automatisiert Beschaffungsprozesse und reduziert den administrativen Aufwand für Lieferantenmanagement, Rechnungsprüfung und Preisvergleiche, sodass Betreiber sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können.
- **Verschiedene Branchen mit datenbasierten Erkenntnissen unterstützen:** Von Gesundheitseinrichtungen wie LNHA, die Patientenversorgung optimieren, bis hin zu Universitäten wie Notre Dame, Dartmouth, Boston College und der University of New Hampshire, die ihre Gastronomiekonzepte verbessern – unsere Lösungen ermöglichen intelligente Einkaufsstrategien, die Kosten kontrollieren, Effizienz steigern und langfristigen Mehrwert schaffen.

Die Zukunft der Beschaffung in der Hotellerie

Manuelles Beschaffungsmanagement und reaktive Entscheidungsfindung gehören der Vergangenheit an. In

einem sich schnell verändernden wirtschaftlichen und regulatorischen Umfeld ist moderne Beschaffungstechnologie nicht mehr nur ein Wettbewerbsvorteil – sie ist eine Notwendigkeit. Angesichts steigender Kosten, zunehmender Nachhaltigkeitsauflagen und wirtschaftlicher Unsicherheiten benötigen Hotel- und Gastronomiebetriebe mehr als nur Transparenz. Sie brauchen vorausschauende Analysen, automatisierte Compliance-Prozesse und strategische Kostenkontrolle.

InsideTrack bietet genau das. Durch Echtzeit-Datenanalysen, Automatisierung und strategische Insights helfen wir Gastronomiebetrieben, sich an neue Herausforderungen anzupassen, ihre Rentabilität zu sichern und intelligente Einkaufsentscheidungen zu treffen, die Margen schützen und Effizienz steigern.

Die Branche entwickelt sich stetig weiter – und diejenigen, die auf datengetriebene Beschaffungsstrategien setzen, werden nicht nur wettbewerbsfähig bleiben, sondern langfristig erfolgreich sein.

InsideTrack verbindet innovative Technologie mit Branchenexpertise und ermöglicht es Unternehmen, ihre Beschaffungsstrategie aktiv zu gestalten und sich in einem zunehmend komplexen Markt nachhaltig zu behaupten.

InsideTrack



(Abb.: Tyler Delaporta, Sales Director, InsideTrack)

Über den Autor: Tyler Delaporta

Tyler Delaporta ist ein erfahrener Experte im Bereich Beschaffung für die Gastronomie und bringt über sieben Jahre Erfahrung bei InsideTrack mit. Seit seinem Einstieg in das Unternehmen im Jahr 2017 arbeitet er eng mit Casinos, Hotels und Restaurantketten zusammen, um deren Einkaufsprozesse zu optimieren und die Rentabilität zu steigern.

Als Strategic Business Development nutzt Tyler umfassende Datenanalysen, um Einsparpotenziale aufzudecken, die Vertragskonformität zu verbessern und den Umsatz für Gastronomiebetriebe zu erhöhen. Seine Expertise in der Rechnungsprüfung und Preisverifikation stellt sicher, dass Kunden maximale Einsparungen realisieren und für fehlerhafte Rechnungen entschädigt werden. Mit einem klaren Fokus auf Innovation und Effizienz setzt er sich für die Weiterentwicklung der Gastronomiebranche durch datengesteuerte Beschaffungslösungen ein.

Deutsch-/Europäisches und internationales Handeln nötig

Die geopolitischen Krisen haben massive Auswirkungen auf unsere Wirtschaft in Deutschland. Neben den konjunkturellen Schwächen belastet auch der strukturelle Wandel unserer Zeit unseren Industriezweig der Gastwelt enorm. Laut dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin): „Dekarbonisierung, Digitalisierung, demografischer Wandel und wohl auch der stärkere Wettbewerb mit Unternehmen aus China sowie die neue Präsidentschaft in den USA haben strukturelle Anpassungsprozesse in Deutschland (Europa) ausgelöst, die die Wachstumsperspektiven der deutschen/europäischen Wirtschaft dämpfen.“ Diese in den kommenden Jahren zu erwartende andauernde **Stagnation der Wirtschaft** und die daraus resultierende **mangelnde Kaufkraft** haben auf allen Ebenen massiven Einfluss auf unseren Industriezweig der Gastwelt. Somit ist im **Changemanagement unserer Organisationen** ein Umdenken und Handeln notwendig.

Die mit der S&F seit 2024 aufgebaute internationale Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Buyers Edge Platform (BEP), ansässig in Boston/USA, trägt in der europäischen und internationalen Zusammenarbeit dazu bei, den **Wissenstransfer** unserer Gastwelt von heute über die gastronomischen Konzeptionen von morgen im Hinblick auf die Strukturen und Technologien unserer Unternehmen zu verstärken. Der zentrale Punkt im

Hinblick auf die Strukturen unserer Organisationen eines jeden gastronomischen Konzepts ist dabei die **Artikelspezifikation** und **Fertigungstiefe** im dazugehörigen Einkaufsmanagement. Sie haben einen essenziellen Einfluss auf die fortlaufenden **Kostenarten** und **Fixkosten** des Unternehmens und sind ein zentraler Faktor zur Steuerung weiterführender Prozesse eines Gastronomiebetriebs.

Wir als S&F und Buyers Edge setzen fortan mit unserem Ansatz unserer vereinten globalen Expertise seit >26 Jahren und der damit verbundenen Dienstleistung, vom Erzeuger über den Handel bis zum Kunden, auf regionale Stärke. Neue Innovationen und Technologien wie Inside Track generieren Mehrwert und zeigen Wege aus der Kostenfalle heraus. Die Anforderungen an das Management von Innovationen haben sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Weitere Globalisierung des Wettbewerbs, Fragmentierung der Märkte und zunehmende Individualisierung der Kundenbedarfe und -bedürfnisse erfordern eine **höhere Produktvielfalt** und oft **kürzere Innovationszyklen**. Das bedeutet in der Zukunft, ein Höchstmaß an Flexibilität in unseren Unternehmen der Gastwelt zu leben. Mit zunehmender Technologiedynamik wird das Technologie- und Innovationsmanagement zu einer der **zentralen Funktionen der Unternehmensführung** von morgen und führt damit zu erheblichen Wettbewerbsvorteilen eines jeden Einzelnen.



Beitrag von:
Marcus Seidl
Ulrich Fladung
Geschäftsführung der S&F-Gruppe/BEP

Vorstellung neuer Mitarbeitender



Manuel Schumacher

Verkaufsleitung / Care, S&F-Gruppe/BEP

Manuel Schumacher – Ein Lebenslauf zum Dahinschmelzen

Manuel Schumacher, ein Name, der in der Welt des Vertriebs, der Kulinarik und des digitalen Fortschritts widerhallt wie ein perfekt gewürztes Gericht. Dieser Mitarbeiter ist nicht nur ein Sales-Mitarbeiter, sondern auch ein Küchenzauberer, der mehr als nur ein paar Zwiebeln hacken kann.

Vom Herd zum High-Tech-Handel

Manuel begann seine Karriere als Küchenchef und zähmte wilde Herden von Küchenmannschaften und schuf kulinarische Meisterwerke, die selbst Gordon Ramsay auf irgendeine Art zum Weinen gebracht hätten! Doch dann, wie ein Blitz aus dem Wok, wechselte er ins Vertriebsgeschäft. Er erkannte, dass er nicht nur hungrige Mägen, sondern auch hungrige Kunden mit seinen Verkaufs-Skills sättigen konnte. Und so wurde aus dem Küchenchef ein „Sales-Chef“, der gerne Geschäfte abschloss, die so lecker waren wie eine Currywurst mit Pommes Schranke #Lieblingsessen.

Digitalisierung?

Manuel ist nicht nur ein Meister des Kochens und Verkaufens, sondern auch ein Experte der Digitalisierung. Er zähmt CRM-Systeme wie andere Leute ihre Küchengeräte und sorgt dafür, dass die Warenwirtschaft so reibungslos läuft wie ein gut geöltes Uhrwerk.

Ein Multitalent mit vielen Interessen

Wenn Manuel nicht gerade Küchen besucht oder die digitale Welt erobert, findet man ihn beim Handwerken, wo er sich regelmäßig auf die Finger haut, oder beim Camping, wo er die Natur genießt und neue Energie tankt für seine nächsten großen Taten.

Fazit

Manuel Schumacher ist der Beweis dafür, dass man mit Leidenschaft, Talent und einer Prise „HUMOR“ alles erreichen kann. Und wer weiß, vielleicht kocht er ja auch für seine Kunden ein leckeres Essen, um den Deal zu feiern. Guten Appetit und viel Erfolg, Manuel! PS: Über eine Vernetzung bei LinkedIn würde sich unser neuer Mitarbeiter freuen.



Petra Grahle

Sachbearbeiterin, S&F-Gruppe/BEP

Von der Motorhaube zum Paragrafendschungel ins Verpflegungsmanagement – Mein Weg durch die Bürowelt

Willkommen in der Welt von Petra Grahle – der CEO des Familienmanagements (auch bekannt als „Familienleben“) und der Meisterin der Multitasking-Künste bei S&F.

Verstärkung für unser Team am Standort Pfaffenhofen an der Ilm. Mit über 20 Jahren Berufserfahrung in der gehobenen Assistenz und Sachbearbeitung konnten wir Petra als eine tragende Säule für unser Unternehmen gewinnen.

Schon früh war ihr klar: Ein Büro ohne eine gute Organisation ist wie ein Auto ohne Motor. So begann ihr Werdegang als Organisationstalent in der Automobilbranche. Hier erlernte sie neben der Verwaltung eines Unternehmens, dass PS nicht nur für Pferdestärken, sondern auch für „Papierstapel“ steht. Nach vielen Jahren in der spannenden Welt der Rechts- und Steuerbranche und der Navigation durch ein Labyrinth aus Dokumentenbergen und juristischen Fachbegriffen, darf sie nun ihr Know-how aus diesen lehrreichen Jahren bei S&F unter Beweis stellen. Hier gilt es, nicht nur Dokumente und das Tagesgeschäft zu verwalten, sondern auch Prozesse zu optimieren und als kommunikative Schnittstelle zu agieren.

Und Freizeit...? Neben kulinarischen und kulturellen Interessen sowie diversen Outdoorunternehmungen als Ausgleich genießt sie die Zeit mit und in ihrer Familie. Bestehend aus ihren beiden (meist wundervollen) Kindern, einem Vierbeiner und einer eindeutig „besseren Hälfte“, die einem das Gefühl geben, in einem ständigen Abenteuerpark zu leben – es wird nie langweilig!

Was sie all die Jahre begleitet hat? Ein ausgeprägtes Gespür für zwischenmenschliche Dynamiken sowie Effizienz, Belastbarkeit, Verlässlichkeit, Empathie und eine offene sowie lösungsorientierte Kommunikationskultur. Denn unabhängig von der Branche – nur wer mit Struktur arbeitet, einen kühlen Kopf bewahrt und die richtigen Fragen stellt, sorgt dafür, dass es läuft. Und genau das ist das Ziel.

Frische Backwaren per Klick



Zwischen 5 und 25 % vom Beschaffungsvolumen der Kunden der S&F-Gruppe machen **Backwaren** aus. Brötchen, Brote und Feingebäck werden teils frisch, teils als Tiefkühlprodukte beschafft und täglich bereitgestellt. Der junge und stark wachsende **Backwaren-Großhandel Bakerix** hat erkannt, dass die Beschaffung dieser Produkte oft als „Pain“ wahrgenommen wird, und entwickelt sich zum **Branchenstandard** für die deutschlandweite Beschaffung lokaler Backware.

Tägliche Belieferung, Auswahl der Produkte bis zum **Vortag**, einheitliche **Logistik**, standardisierte **Kostenstellen- und Abrechnungsstandards** – was sich nach dem Leistungsversprechen bekannter Lebensmittelgroßhändler anhört, hat Bakerix sich ebenso zum Ziel gesetzt. Bakerix unterhält in vielen deutschen Städten Partner-

schaften zu lokalen, etablierten Bäckereiunternehmen. Der erste Partnerbetrieb war 2021 Dat Backhaus in Hamburg. Seitdem sind unzählige Bäckereien und Bio-Bäckereien über die gesamte Bundesrepublik hinzugekommen.

Für Großküchenbetreiber und weitere Bedarfsträger frischer Backwaren repräsentiert Bakerix die Chance, einen Flickenteppich an gewachsenen lokalen Geschäftsbeziehungen zu **konsolidieren**. „Wir können mit Bakerix aus 160 Kreditoren einen machen“, sagt der Einkaufschef eines großen Catering-Konzerns. Und für die lokal fragmentierte Bäckereibranche ist Bakerix Baustein einer längst fälligen **Transformation**. Mit Bakerix können Bäckereien das immer schwieriger werdende Filialgeschäft durch starke und dauerhafte **B2B-Absatzströme** ergänzen.

„Bakerix hat sich als zuverlässiger Partner erwiesen, der unsere Produkte mit großer Sorgfalt und Fachkenntnis weitervermittelt und liefert.“

Sergio Bolten

Bäckerei u. Konditorei Bolten GmbH, Duisburg

Auch wenn Unternehmen über die Jahre punktuell Geschäftsbeziehungen zu Bäckereien aufbauen konnten, sind die Vorteile von Bakerix ein starker Mehrwert.

„Wir werden zu Beginn oft an einem Standort getestet, damit unser Kunde sich von unserem Leistungsversprechen überzeugen kann. Nach einer solchen **Pilotphase** wird immer der gemeinsame Blick auf das große Ganze gerichtet. Dabei geht es dann um **Beschaffungskonsolidierung, Abrechnungsstandards** und **digitale Schnittstellen** für mehr Transparenz“, berichtet Mirco Grübel, Gründer und Geschäftsführer von Bakerix.

Zentrale Backwarenbeschaffung – Auf dem Weg zum Branchenstandard mit System-Schnittstellen

So ist das Angebot von Bakerix heute nicht nur die täg-

liche Lieferung mit eigener Flotte, sondern auch die Abbildung bestehender Bestellbeziehungen zu Bäckereien, die bereits an den bestehenden Caterer liefern. **Dadurch muss sich ein Caterer nicht mehr am Bestellprozess der Bäckerei orientieren, sondern kann einfach seine Bestellung durch Bakerix an den Bäcker auspielen lassen.** Auf diese Weise hat der Caterer alle Bestellbewegungen für (frische) Backwaren in seinem System, einen konsolidierten Kreditor und die Möglichkeit zum Bäckereiwechsel, sofern Konditionen oder Warenqualität dies erfordern.

Der rasante Aufbau neuer Bakerix-Liefergebiete quer durch die Bundesrepublik unterstreicht den Mehrwert des Unternehmens. Im Jahr 2025 beabsichtigt Bakerix-Chef Mirco Grübel, die Bundesrepublik „abzudecken“ und bereits weitere Lieferstrukturen im europäischen Umland zu betreiben. International agierende Kunden können so den Mehrwert aus der deutschen Kooperation internationalisieren.



Waldemar Zmuda

Leitung Einkauf, L & D GmbH



L & D war einer der ersten Betreiber für Betriebsgastronomien, der das Bakerix-System für sich nutzt. Aus einem ersten Test im Raum Hamburg wurde eine Partnerschaft für die tägliche Belieferung frischer Backwaren in diversen deutschen Städten. Hierbei war den Akteuren dieser Partnerschaft immer der persönliche Austausch ein Anliegen. Dadurch konnten Bedarfe und Chancen erkannt und Vertrauen geschaffen werden.

„Als Caterer mit hohem Qualitätsanspruch haben wir das Ziel, in der kompletten Wertschöpfungskette nachhaltige Partnerschaften zu betreiben. Bakerix hilft uns hier, mit modernsten Systemen einen einfachen Zugang zu Waren lokaler Bäckereien zu erhalten. So schafft man die Verbindung von Tradition und Innovation.“

Einfacher. Schneller. Effizienter.

Effizient einkaufen mit caspar Invoice und ORDER



In einer zunehmend digitalisierten Geschäftswelt ist der Einkauf mehr als nur eine operative Aufgabe – er ist ein strategischer Hebel für Effizienz, Kostenkontrolle und nachhaltiges Wachstum. Unternehmen aller Branchen stehen vor der Herausforderung, ihre Einkaufsprozesse zu optimieren, Transparenz zu schaffen und Ressourcen zu schonen. Genau hier setzt **caspar** ORDER an – eine smarte SaaS-Lösung, die den Einkauf und die Eingangsrechnungsbearbeitung digitalisiert und nachhaltig verbessert. In Zusammenarbeit mit S&F schaffen wir eine ideale Kombination aus technologischem Fortschritt und praxisnahen Lösungen für ein zukunftsorientiertes Einkaufsmanagement.

caspar als Schlüssel für modernes Einkaufsmanagement

Mit **caspar** ORDER erhalten Unternehmen eine leistungsstarke Lösung, die den gesamten Bestellprozess zentral steuert – von der Bedarfsermittlung bis zur Inventur. In Kombination mit der Expertise von S&F im Bereich Einkaufsmanagement entstehen ganzheitliche Lösungen, die nicht nur Prozesse effizienter gestalten, sondern auch strategische Vorteile bieten.



Die Vorteile von caspar ORDER im Überblick:

- Zentrale Steuerung und Transparenz**
caspar bündelt Bestellungen in einer Plattform. Sie behalten den Überblick über Lieferanten, Preise und Budgets – in Echtzeit und standortübergreifend. S&F unterstützt bei der Implementierung optimaler Einkaufsprozesse. Bei OCI-Webshop-Anbindung sogar mit Einsicht in tagesaktuelle Preise und Artikelverfügbarkeiten.
- Effiziente Bestellprozesse**
Wiederkehrende Bestellungen lassen sich schnell ausführen. Standortübergreifende Vorschläge, basierend auf Vorgaben oder Historie, reduzieren den Aufwand und vermeiden Fehlbestellungen.
- Nahtlose Integration**
caspar INVOICE bearbeitet den gesamten Kreditoreneingang und prüft automatisiert mit ORDER die Wareneingänge. Durch automatisierte Kontierung und den anschließenden Zahlungsprozess bilden Sie die gesamte Kette Purchase-to-Pay digital und ohne Medienbruch ab. Die Daten aus **INVOICE** lassen sich einfach in bestehende ERP- und Buchhaltungssysteme integrieren. So entsteht ein nahtloser Datenfluss von der Bestellung bis zur Rechnungsprüfung: S&F begleitet diesen Prozess mit individuellem Beschaffungs-Know-how.
- Fehlerreduktion und Sicherheit**
Standardisierte Workflows, automatische Prüfmechanismen und unternehmensweite Vorgaben minimieren Fehler und sorgen für rechtliche sowie operative Sicherheit.

Datenbasierte Entscheidungen für mehr Effizienz

caspar INSIGHTS liefert wertvolle Einblicke in Einkaufsdaten. Unternehmen erkennen Trends, optimieren Liefer-

rantenbeziehungen und entwickeln Beschaffungsstrategien datenbasiert weiter. Mit S&F an der Seite lassen sich diese Erkenntnisse gezielt in strategische Maßnahmen umsetzen.

Nachhaltigkeit durch smarte Prozesse

Neben der Prozessoptimierung unterstützt **caspar** auch nachhaltige Einkaufsstrategien. Die Reduzierung von Papierdokumenten, optimierte Lieferketten und minimierte Fehlbestellungentragen zur Ressourcenschonung bei S&F bringt zusätzliche Impulse für nachhaltige Beschaffung.

Fazit

caspar - Ihre neue digitale Fachkraft 24/7 - und S&F stehen gemeinsam für ein modernes Einkaufsmanagement, das Prozesse effizienter gestaltet, Kosten senkt und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen nachhaltig stärkt. Unabhängig von der Branche profitieren Unternehmen von mehr Transparenz, Flexibilität und strategischem Einkauf.

Gestalten Sie mit caspar und S&F die Zukunft Ihres Einkaufs – Einfacher. Schneller. Effizienter.



Beitrag von:

Özgür Günes

Geschäftsführender Gesellschafter bei Digital Network Solution



linktr.ee/sundf



S&F-Gruppe

Part of the Buyers Edge
Platform Group



Herausgeber:

S&F-Consulting Modernes
Verpflegungsmanagement GmbH
Adresse: Derbystr. 9, 85276 Pfaffenhofen a.d. Ilm
Tel: +49 84 41 79 79 30
E-Mail: info@sundf-gruppe.de
Website: www.sundf-gruppe.de

BEP Europe Limited

Tenth Floor, 240 Blackfriars Road,
London, England SE1 8NW /
Buyers Edge Platform Boston/USA

Marcus Seidl, Geschäftsführer
Ulrich Fladung, Geschäftsführer

Redaktion: Marcus Seidl (ViSdP)

Text: S&F-Gruppe

Layout: Schmitz Marketing GmbH,
Jahnstr. 7, 58769 Nachrodt-Wiblingwerde

Druck: WIRmachenDRUCK GmbH, Backnang

Erscheinungsweise: zweimal im Jahr

Bezugspreis: kostenfrei

S&F-SYMPOSIUM

08. - 09. Oktober 2025



Jetzt vormerken und anmelden

