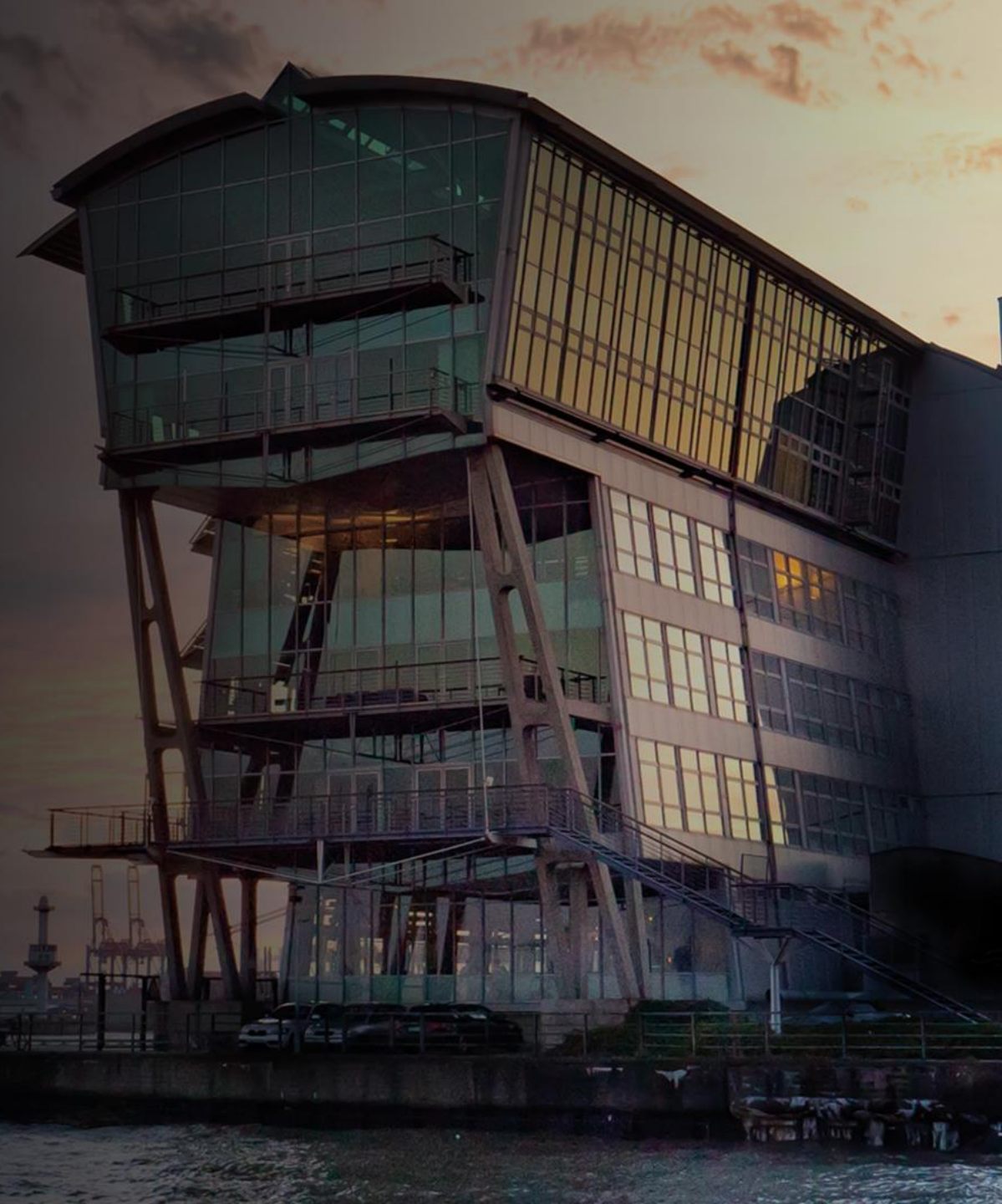




Digitaler Einkauf bei Hermes: So werden Beschaffungsprozesse zum Performance-Booster


Oliver Lanka
Head of Central Procurement & Fleet Management
Hermes Germany

06. Oktober 2022 | Opernloft



Vier Thesen zum digitalen Einkauf

1. Reduzierung von Maverick-Buying
2. Beschleunigung der Beschaffung
3. Steigerung der Kundenzufriedenheit
4. Mehr Transparenz und höhere Savings

A large Hermes warehouse at sunset. The building is dark blue with the Hermes logo prominently displayed. Several loading docks are visible, with white Hermes delivery vans parked in front. In the foreground, there are stacks of white shipping containers. The sky is a warm orange and yellow from the setting sun.

Hermes Germany ist der
ist der größte postunabhängige
Paketdienstleister und Frachtlogistiker
in Deutschland

Nr. 2 im deutschen Paketmarkt mit über 10.000 Zustellern, 16.000 Paketshops & 300 Standorten

Seit **50 Jahren** sind wir kompetenter Partner des Versand-/Onlinehandels.

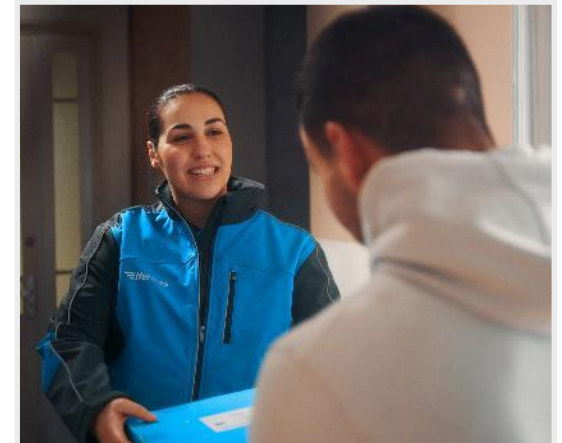


Bis zu **10.500 Zusteller** liefern für Hermes aus.



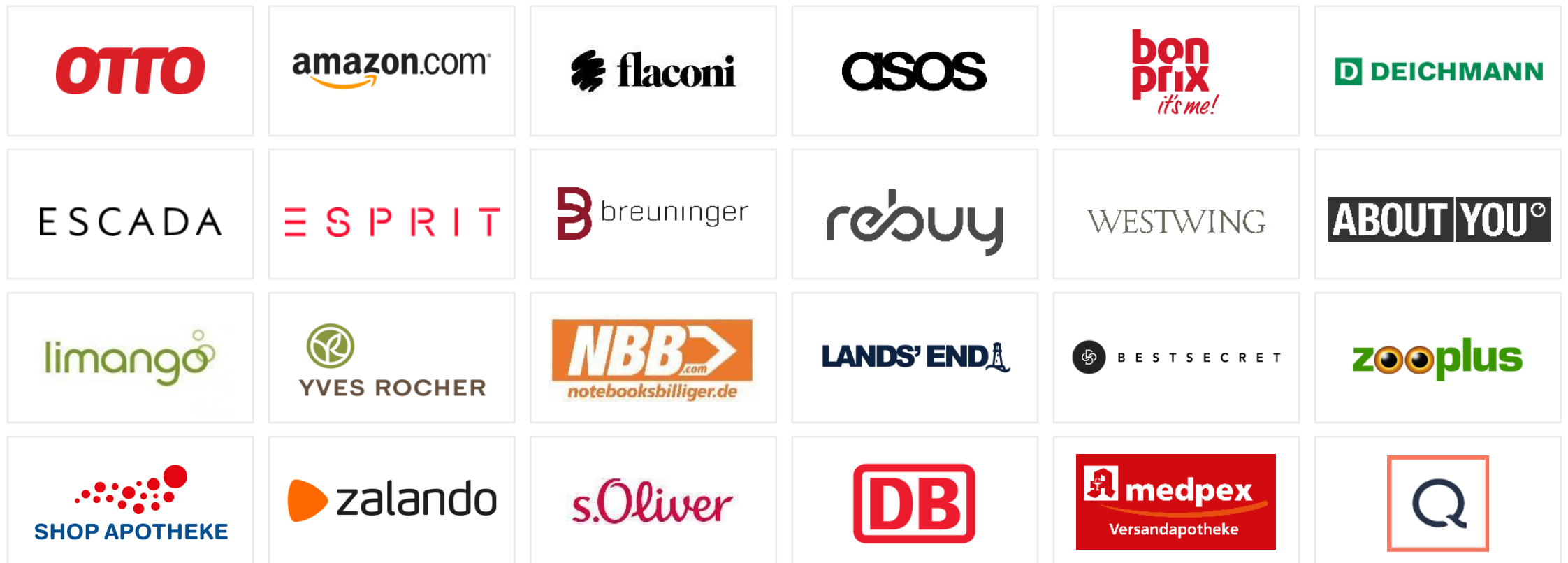
Deutschlandweites Logistik-Netzwerk mit **13 hochmodernen Logistikcentern** sowie mehr als **275 Standorten** (eigene und Partner).

Mit mehr als **16.000 Hermes PaketShops** in ganz Deutschland sind wir immer in der Nähe Ihrer Kunden.



Immer für Sie da: Bei uns erhalten Sie einen **persönlichen Ansprechpartner** für alle Belange.

Kunden aus allen Segmenten des E-Commerce vertrauen uns die Belieferung Ihrer Kunden an.





Umweltschutz ist unser strategisches Unternehmensziel - Wir reduzieren und kompensieren unsere CO₂-Emissionen.

Green Delivery in deutschen Innenstädten

Wir beliefern große Teile der Innenstädte von Berlin, Reutlingen, Magdeburg und Dresden mit E-Fahrzeugen und Lastenrädern komplett emissionsfrei.

Unser Ziel bis 2025: in 80 urbanen Zentren ohne CO₂-Ausstoß zustellen.



CO₂-neutraler Versand durch Kompensation

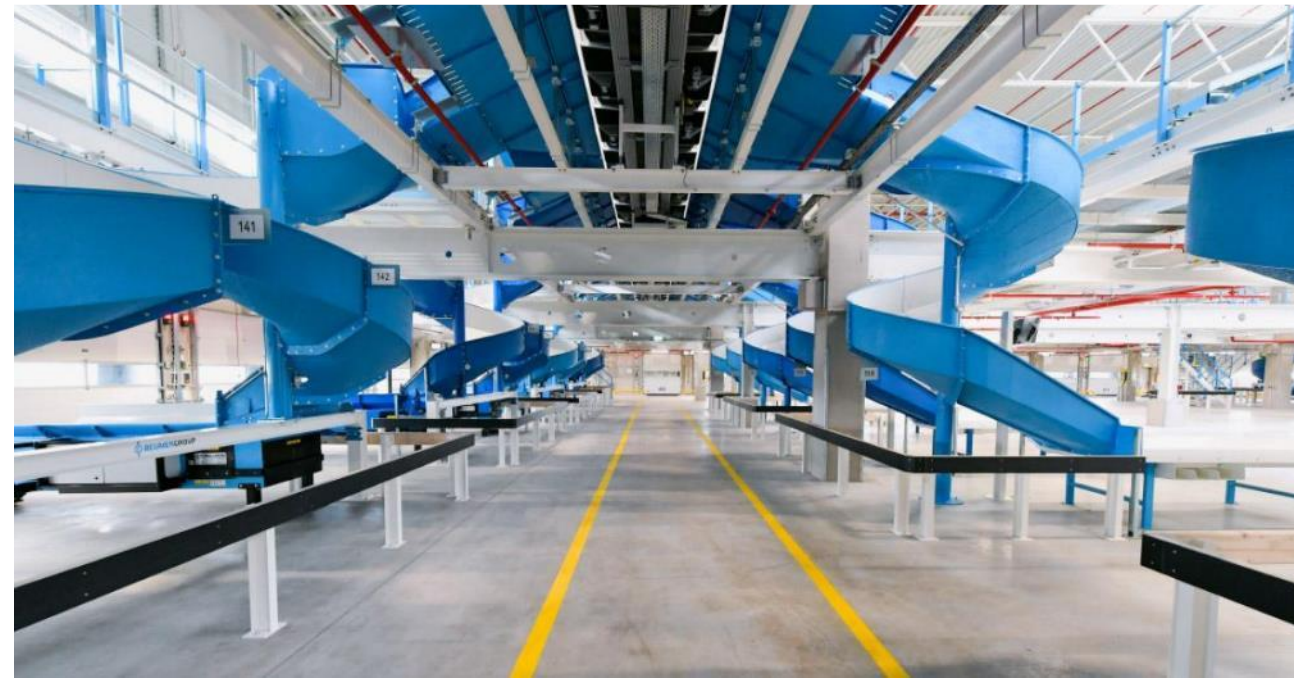
Gemeinsam mit unserem Partner atmosfair kompensieren wir die transportbedingten CO₂-Emissionen Ihrer Sendungen.

- Investition in Klimaschutzprojekte
- Engagement für Klimaschutz stärken
- Aussagekräftiger CO₂-Report für Sie
- Integration in Ihre Kommunikation

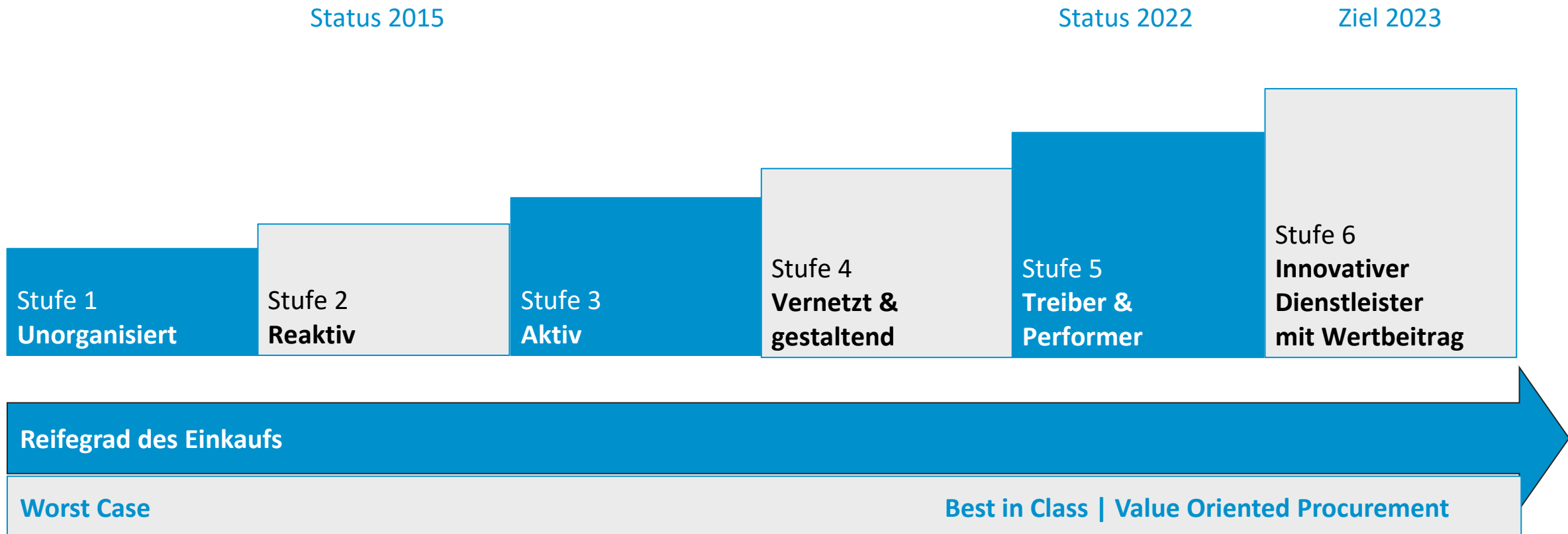
Hermes vergibt jährlich ein Einkaufsvolumen von 550 Mio. EUR

Ausgaben- und Einkaufsschwerpunkte

1. Transport
2. IT und Technik
3. Fahrzeuge
4. Gewerbliche Zeitarbeit und
5. Marketing

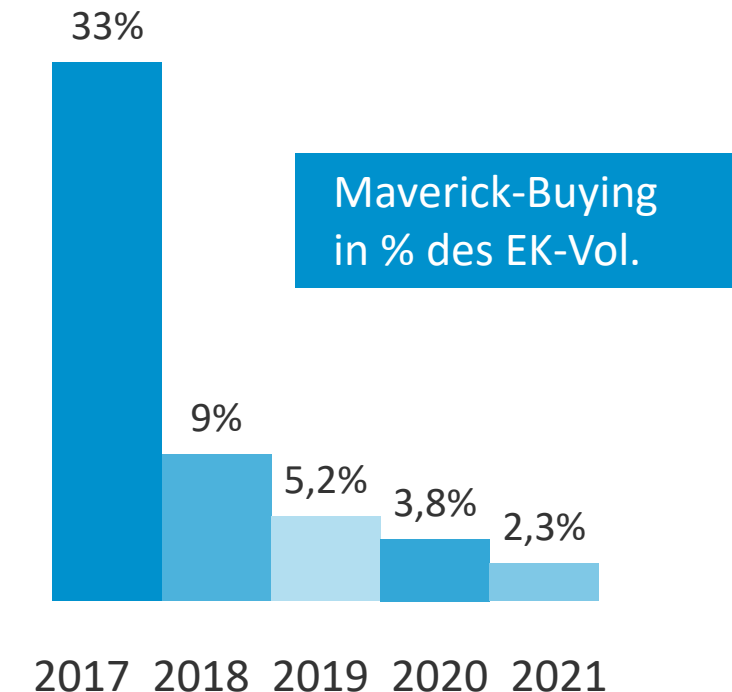


Die Entwicklung des Einkaufs | Vom transaktionalen Dienstleister zum strategischen Beschaffer

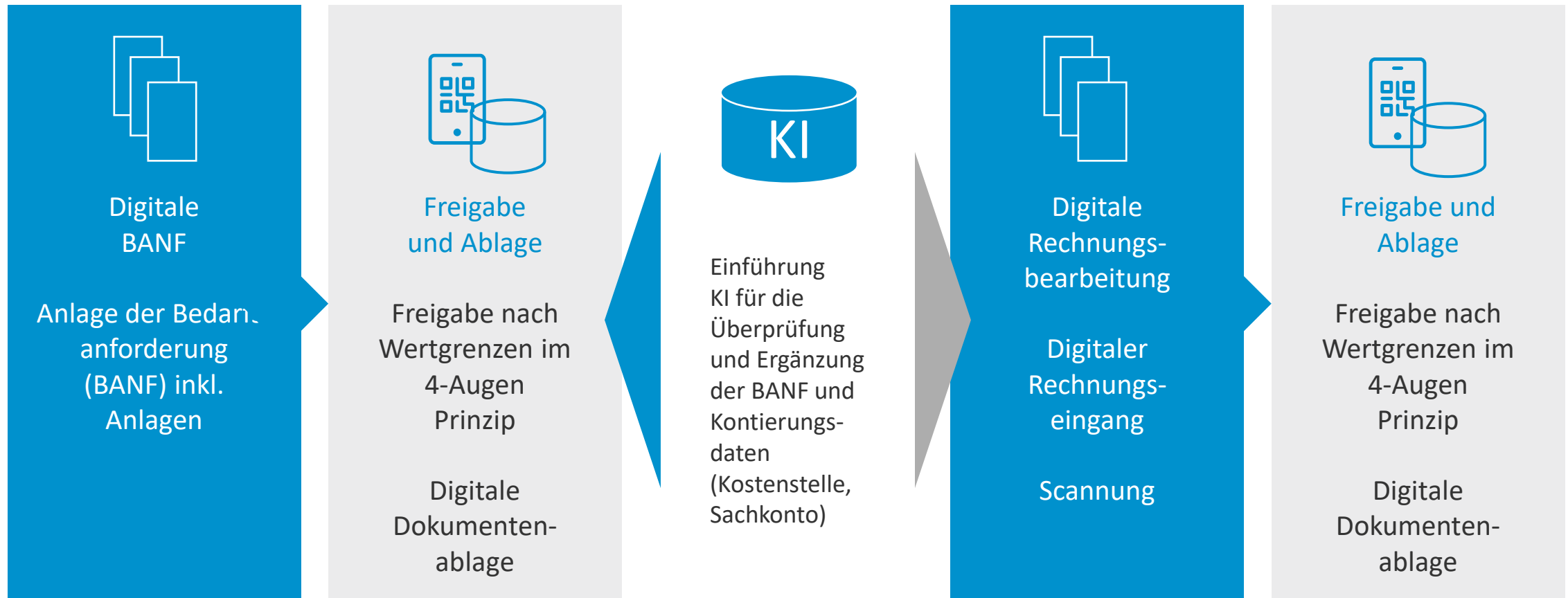


Schritt 1 | Weniger Maverick-Buying durch Professionalisierung & e-Procurement

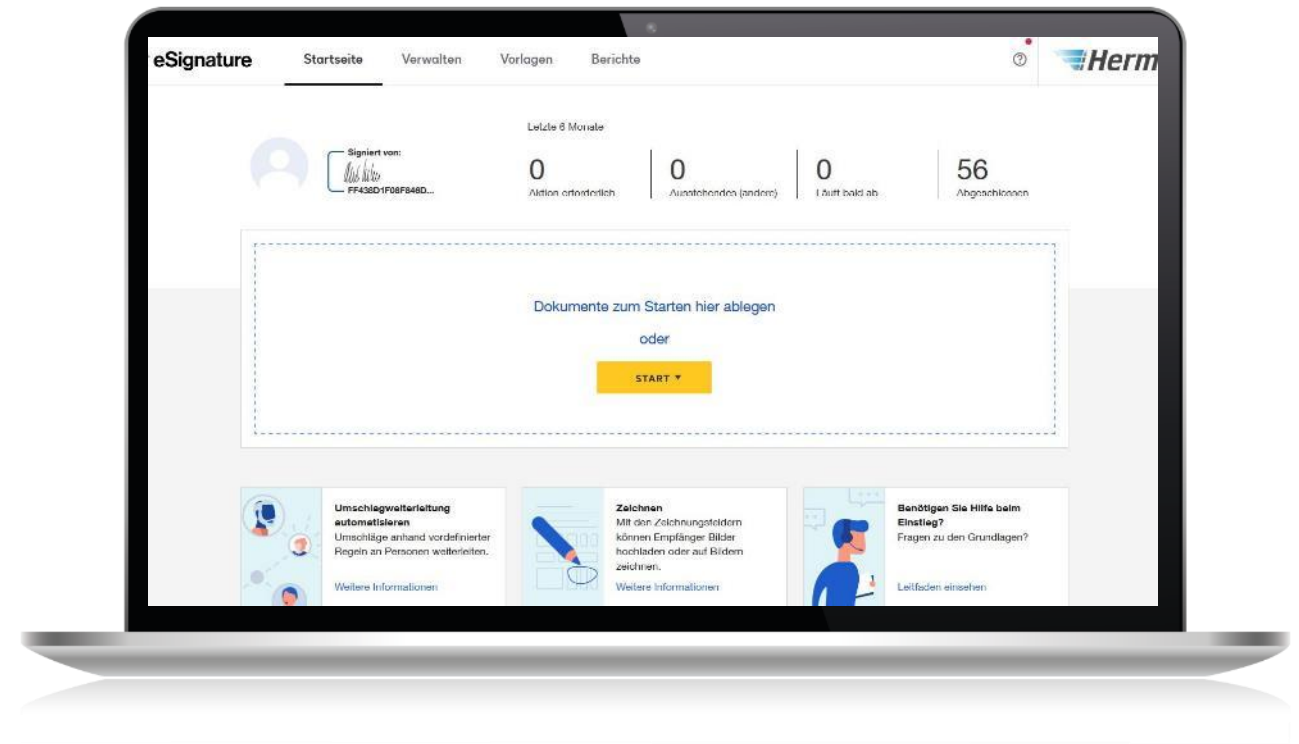
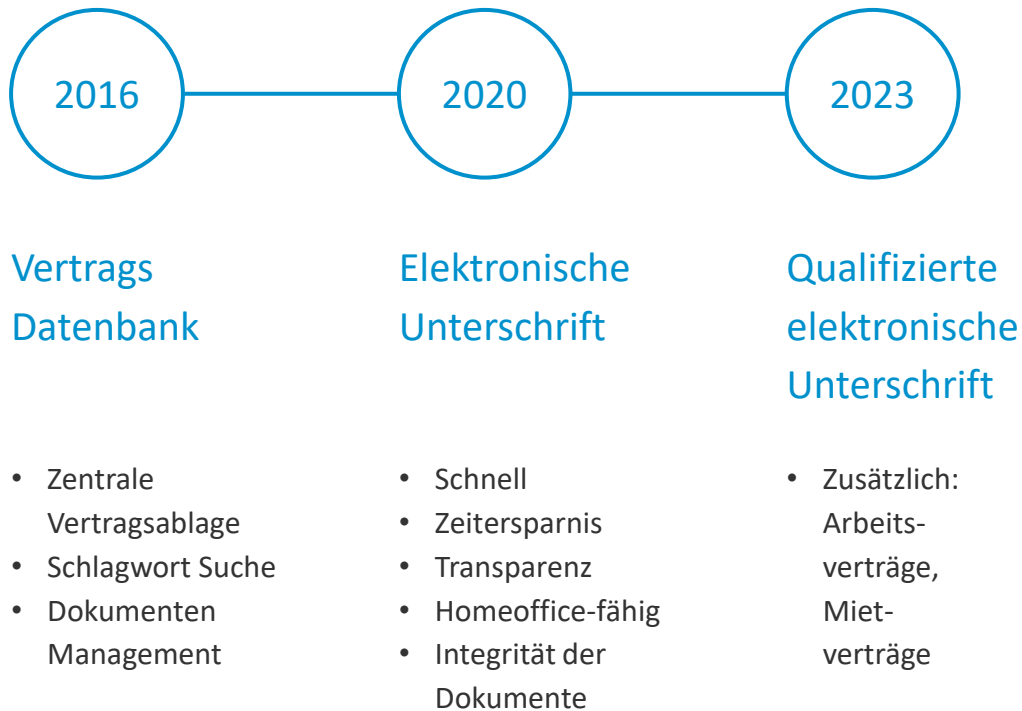
Policy & Top Management Support	<ul style="list-style-type: none">■ Einkaufsrichtlinie■ Management Unterstützung■ Kein Einkauf ohne Einkauf
Professionelle Einkaufs-organisation	<ul style="list-style-type: none">■ Warengruppenmanagement für die Top Kategorien■ Einstellung strategischer Einkäufer■ Regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen
Digitalisierung	<ul style="list-style-type: none">■ Einführung e-Procurement■ Elektronischer Katalogeinkauf für Standardprodukte■ Beispiel: Verbrauchsmaterialien, C-Teile (Mercateo)



Schritt 2 | Beschleunigung des Prozesses durch digitale BANF und Rechnungsbearbeitung mit KI



Schritt 3 | Einführung Vertragsdatenbank und digitale Rechnungssignatur



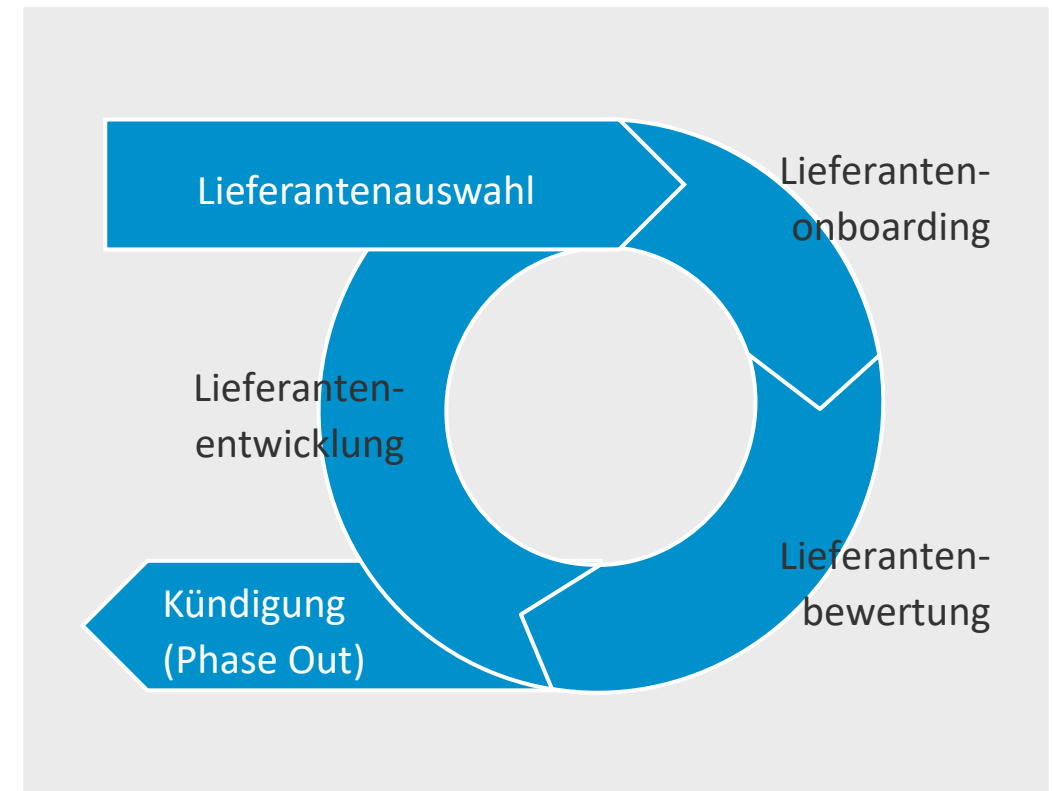
Schritt 4 | Einführung Lieferantenmanagement mit Onventis

Einführung der Onventis Software für Einkäufer:

- Bedarfsanforderung über Onventis
- eProcurement über Onventis
- Integration in ERP System

Einführung digitales Lieferantenmanagement:

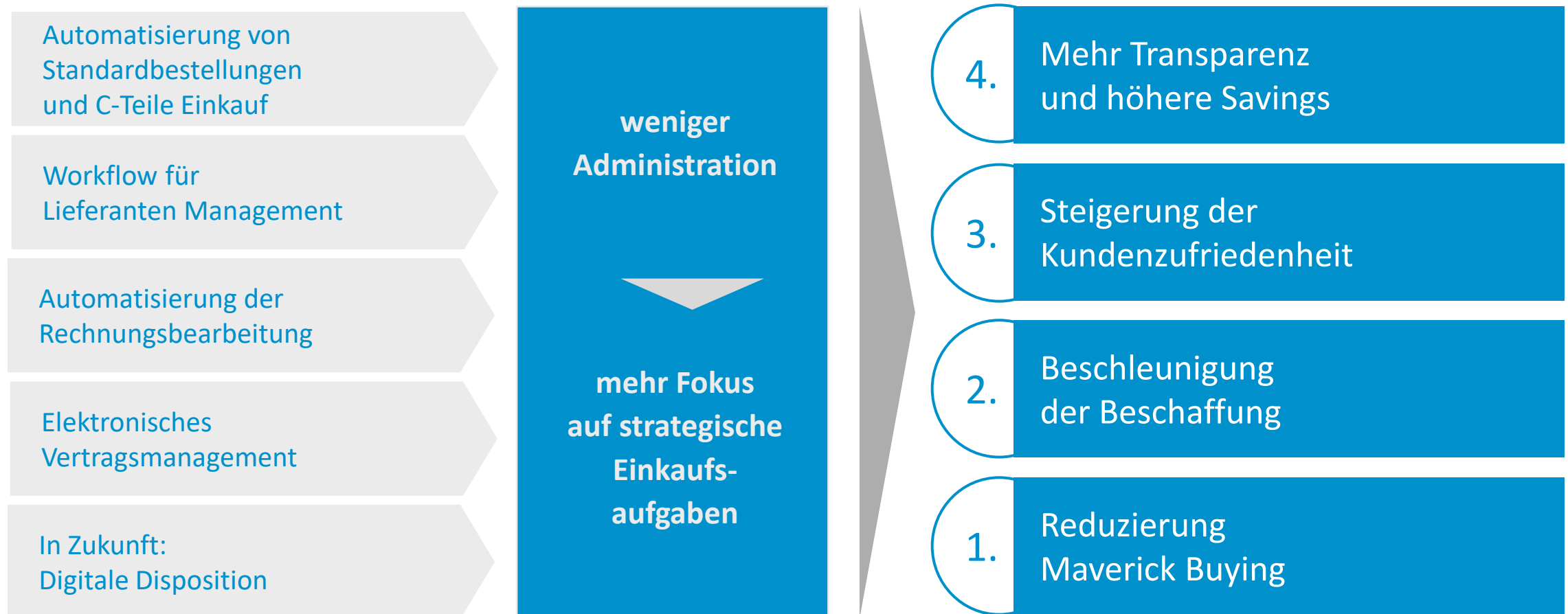
- Einführung Supplier Relationship Management Prozess
- Digitales Lieferanten-Onboarding
- Lieferantenselbstauskunft
- Lieferantenqualifizierung und –aufnahme
- Übertragung in ERP System
- Digitale Lieferantenbewertung



Ziel | Umsetzung eines integrierten digitalen P2P Prozesses im Einkauf der Hermes Germany



Ziel | Der digitale Einkauf als Performance Booster



Der digitale Einkauf:

1. Reduzierung von Maverick-Buying
2. Beschleunigung der Beschaffung
3. Steigerung der Kundenzufriedenheit
4. Mehr Transparenz und höhere Savings