



# Einkaufsbarometer Mittelstand 2024

## Von der E-Rechnung zur grünen Lieferkette

## Vorwort

Die rasante Entwicklung digitaler Technologien revolutioniert die Geschäftswelt im Eiltempo. Besonders in den Einkaufs- und Finanzabteilungen hat die Digitalisierung in den letzten Jahren eine immense Bedeutung erlangt.

Wirtschaftliche, geopolitische und umweltbezogene Herausforderungen haben diese Geschäftsbereiche zu strategischen Schlüsselfaktoren gemacht, die entscheidend zur Widerstandsfähigkeit und zum Erfolg von Unternehmen beitragen. Unsere jährliche Studie taucht tief in die aktuellen Beschaffungstrends und Entwicklungen ein und bietet wertvolle Einblicke in die Strategien und Prioritäten mittelständischer Unternehmen.

Die Roadmap von Einkaufsabteilungen deckt entscheidende Themen ab, darunter die E-Rechnungspflicht, strategische Beschaffung und Nachhaltigkeit. Im Zentrum steht die konsequente Umsetzung der Digitalisierung. Dabei wird deutlich: Die Bereitschaft zur Implementierung digitaler Technologien wächst stetig, und die Vorteile der Digitalisierung – wie Effizienzsteigerungen und Kostenreduktionen – werden immer mehr erkannt.

Unsere Studie zeigt, wie Unternehmen die Digitalisierung vor dem Hintergrund dieser Trends aktiv vorantreiben und welche externen Einflüsse ihre Entscheidungen prägen. Sie unterstützt Unternehmen dabei, die Chancen der digitalen Transformation optimal auszuschöpfen und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Nutzen Sie die gewonnenen Erkenntnisse und Empfehlungen, um Ihre eigenen Strategien zu verfeinern und erfolgreich umzusetzen.

## Management Summary

- Hohe Akzeptanz für Digitalisierung:**  
88,5 % der Befragten sind bereit, Technologien zur Digitalisierung von Beschaffungs- und Finanzprozessen zu implementieren.
- Digitalisierungsbedarf in Schlüsselbereichen:**  
Größter Bedarf besteht im Lieferantenmanagement, Vertragsmanagement und Bestellabwicklungsprozess.
- Kerntreiber der Digitalisierung:**  
Kostensenkung und Effizienzsteigerungen sind die führenden Motive für die digitale Transformation, wobei 72,1 % der Unternehmen auf Kostenreduzierung und 69,2 % auf Prozessautomatisierung setzen.
- E-Rechnungspflicht:**  
43,2 % der mittelständischen Unternehmen haben bereits Vorbereitungen für die E-Rechnungspflicht getroffen, weitere 36,5 % haben dies geplant.
- Einfluss von ESG-Zielen:**  
Nachhaltigkeit und CSR-Kriterien sind zunehmend wichtig, 51,6 % der Unternehmen ergreifen Maßnahmen für nachhaltige Beschaffung.

Kompakt erklärt:

### Einkaufsbarometer Mittelstand

In der 6. Ausgabe widmet sich der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) in Zusammenarbeit mit dem Wissenschaftspartner ESB Business School und Onventis dem Spannungsfeld zwischen Digitalisierungsaktivitäten und den aktuellen Schwerpunkten von Einkaufsteams der DACH-Region. Die Studie vermittelt ein aktuelles Bild über die Einkaufsagenda in mittelständischen Unternehmen, betrachtet die eingesetzten Instrumente, identifiziert Schwachstellen und damit Potenziale für die Optimierung der Beschaffung. Die Ergebnisse sollen Einkaufsverantwortliche dabei unterstützen, den B2B-Einkauf zukunftsfit zu machen. Die Umfrage wurde im Zeitraum von April bis Mai 2024 durchgeführt. Insgesamt haben 304 Personen an der Umfrage teilgenommen.

# Einführung

Die Anzahl der Datenerhebungen aus einer repräsentativen Stichprobenmenge des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) ist ausreichend, um fundierte Aussagen über die Grundgesamtheit der analysierten Zielgruppe, dem deutschen Mittelstand, treffen zu können und aus den Ergebnissen Trends abzuleiten.

Zum deutschen „Mittelstand“ werden in dieser Studie branchenunabhängig sowohl kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit bis zu 50 Mio. EUR Jahresumsatz und bis zu 500 Beschäftigten als auch große mittelständische Unternehmen mit bis zu rund 1 Mrd. EUR Jahresumsatz und bis zu 5.000 Mitarbeitern gezählt. Es handelt sich also um eine rein quantitative Definition (Umsatzgröße und Mitarbeiteranzahl) des

Mittelstandsbegriffs. Dabei wird der qualitativen Definition in Bezug auf Eigentum, Leitung, Haftung und Risiko insofern Rechnung getragen, als dass auch familiengeführte Unternehmen mit bis zu 1 Mrd. EUR Jahresumsatz erfasst werden, die charakteristisch für den deutschen Mittelstand sind.

Die teilnehmenden Unternehmen gehören zum deutschen Mittelstand. Sie weisen einen Jahresumsatz zwischen 10 und 1.000 Mio. EUR aus. Die befragten mittelständischen Unternehmen gliedern sich überwiegend in die Umsatzspanne von 100 Mio. bis 1 Mrd. EUR sowie zu 14,2 % in 50 bis 100 Mio. EUR. Ein Fünftel der Unternehmen gibt bei den Jahresumsätzen an, unter 50 Mio. EUR zu liegen.

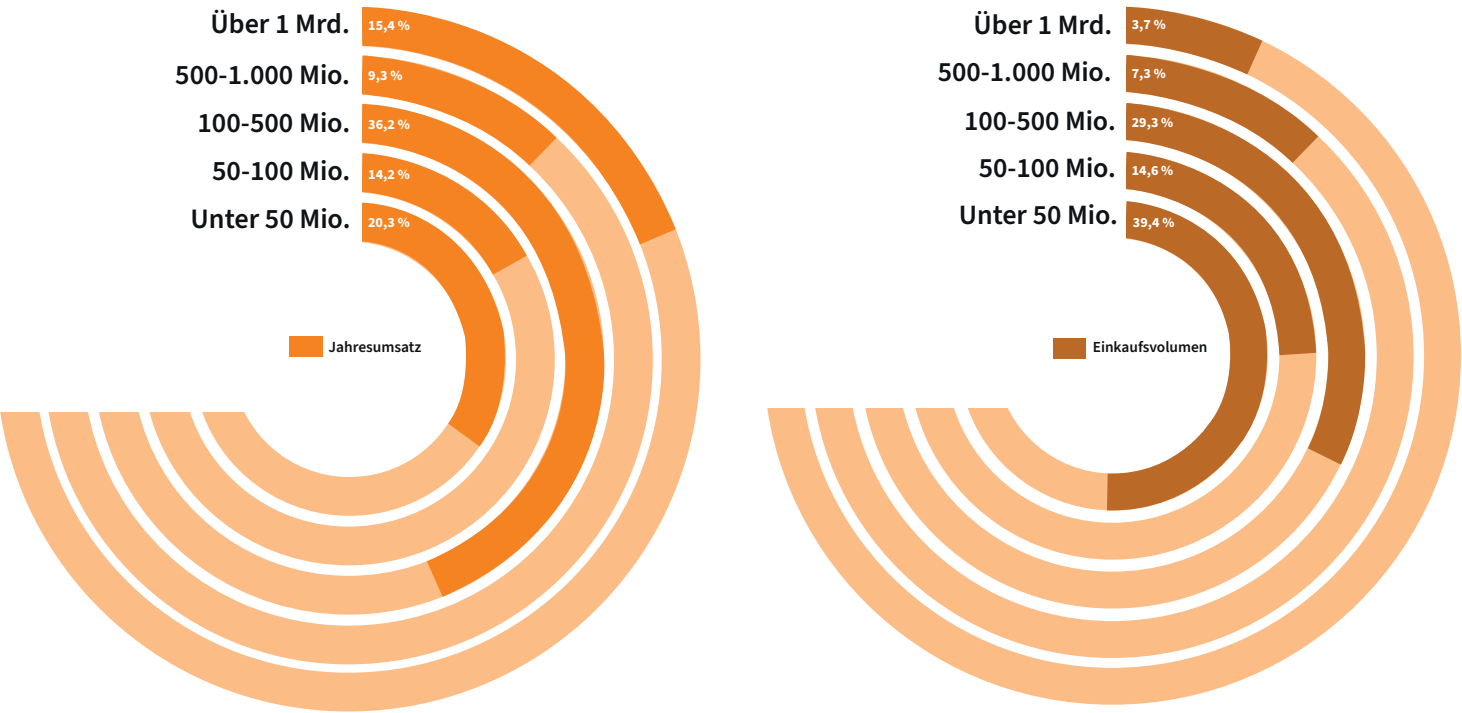


Abb. 1: Wie hoch war Ihr Jahresumsatz und Einkaufsvolumen 2023 in EUR weltweit?

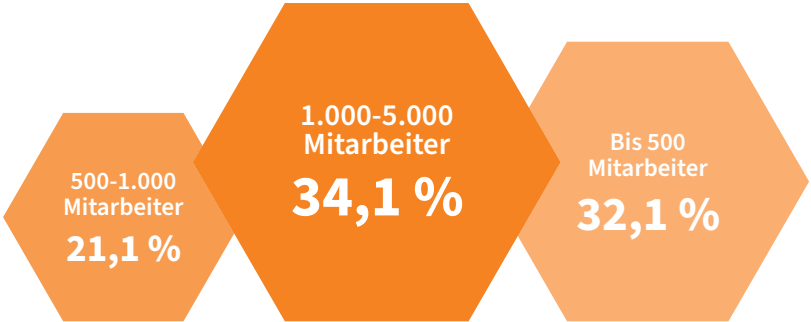
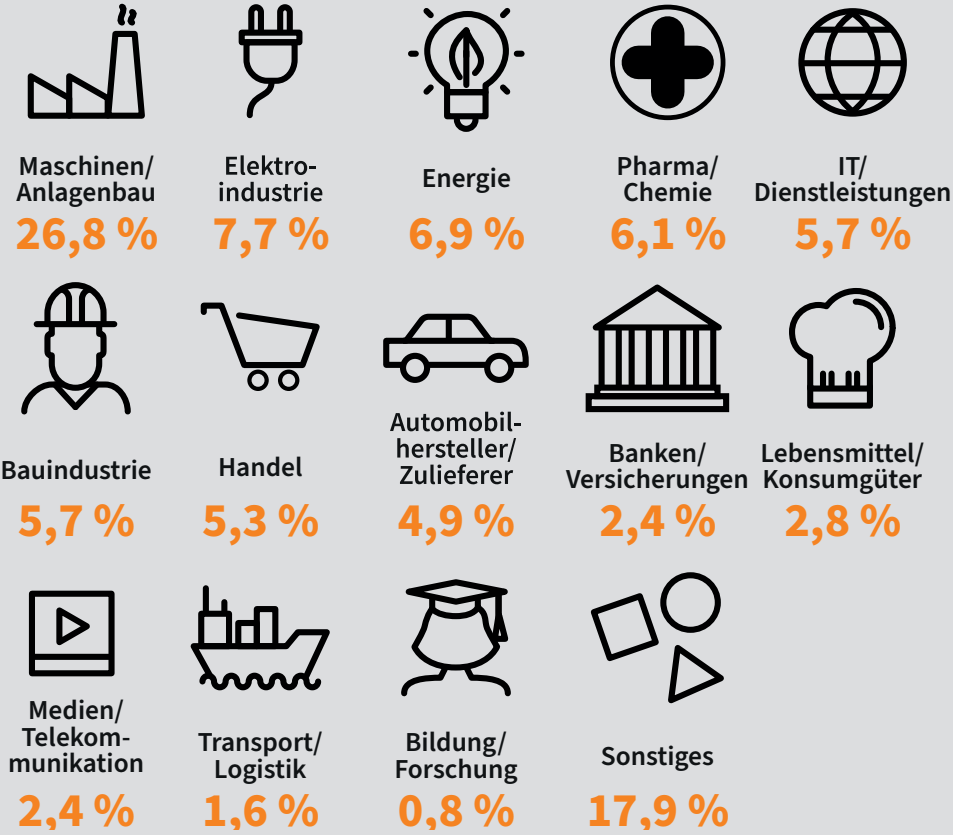


Abb. 2: Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen tätig?\*



Rund 27 % und damit der größte Anteil der Befragten sind Unternehmen des Maschinen-/Anlagebaus. Elektroindustrie und Unternehmen aus dem Energiesektor sind am zweit- und dritthäufigsten vertreten.

Abb. 3: Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?

\* Weitere Angaben auf S. 26

# 88,5 % der Befragten sind offen für die Implementierung von Technologien zur Digitalisierung von Beschaffungs- und Finanzprozessen.

Abb. 4: Würden Sie sagen, dass Ihr Unternehmen generell offen für den Einsatz neuer Technologien zur Digitalisierung von Beschaffungs- und/oder Finanzprozessen ist?\*

Der deutsche Mittelstand setzt vermehrt auf die Digitalisierung des Beschaffungswesens. Die digitale Transformation ist und bleibt somit eine Priorität und Unternehmen sind bereit, in technologische Innovationen zu investieren. Zu den Hauptgründen für diese positive Einstellung zählen Effizienzsteigerung, Kostenreduktion, Wettbewerbsvorteile sowie verbesserte Transparenz und Nachvollziehbarkeit. Durch die Digitalisierung können Prozesse beschleunigt und automatisiert werden, was zu einer erheblichen Effizienzsteigerung führt.

In der Verwaltung einkaufsrelevanter Daten setzen viele Unternehmen auf ERP-Systeme (81,6 %) und E-Procurement-Lösungen (46,3 %). Trotz der Bereitschaft, die digitale Transformation voranzutreiben, nutzen 71,6 % weiterhin Tabellenkalkulationsprogramme wie Excel (vgl. Abb. 5). Obwohl solche Tools vielseitig einsetzbar sind, eignen sie sich weniger für komplexe Beschaffungsprozesse. Aufgrund der Fehleranfälligkeit und der fehlenden Automatisierungs- und Integrationsmöglichkeiten im Vergleich zu spezialisierten Systemen bieten sie nicht die gleichen Skalierungseffekte und Effizienzsteigerungen wie E-Procurement-Lösungen.

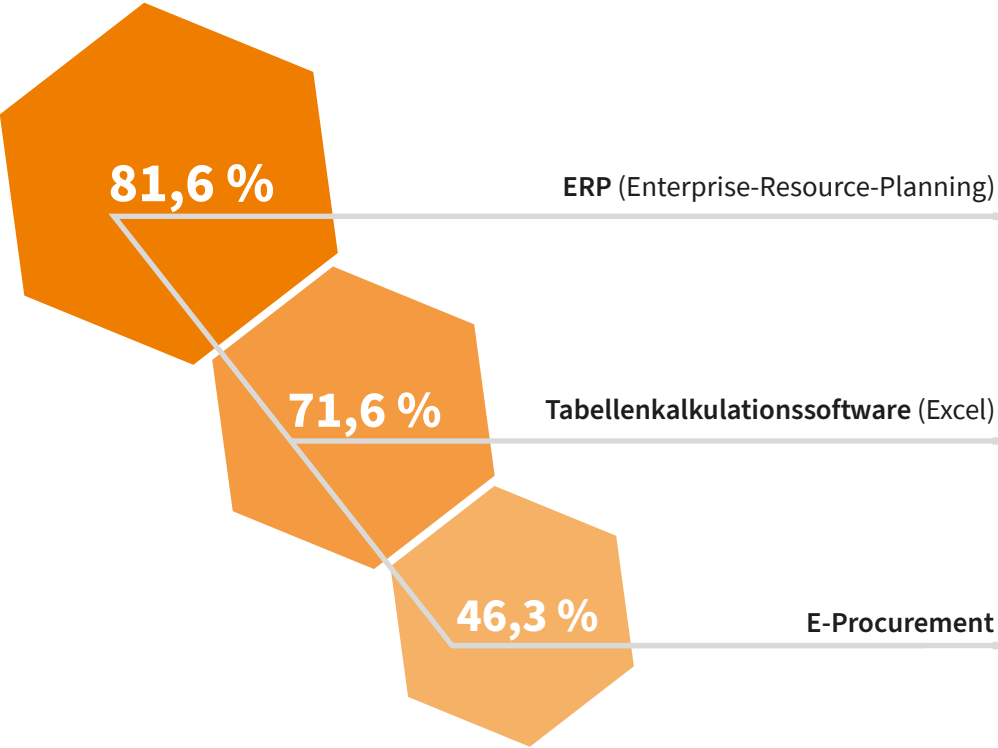
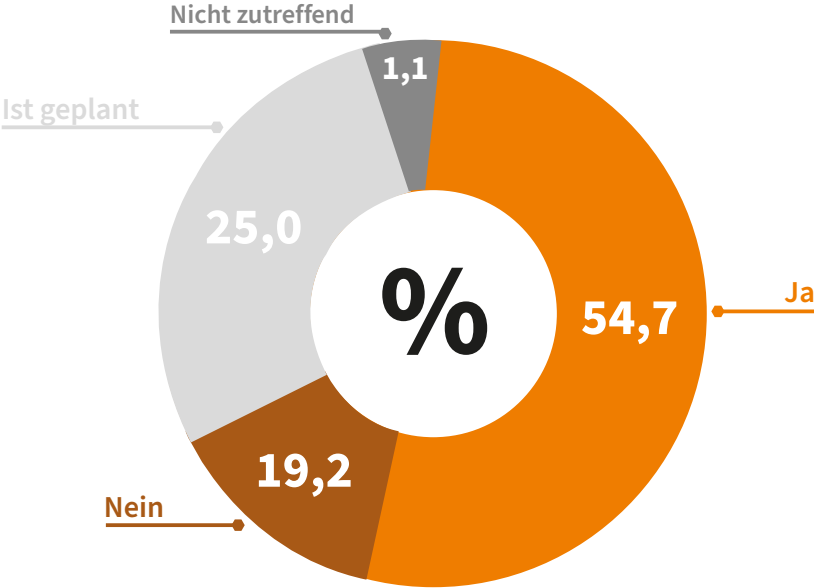
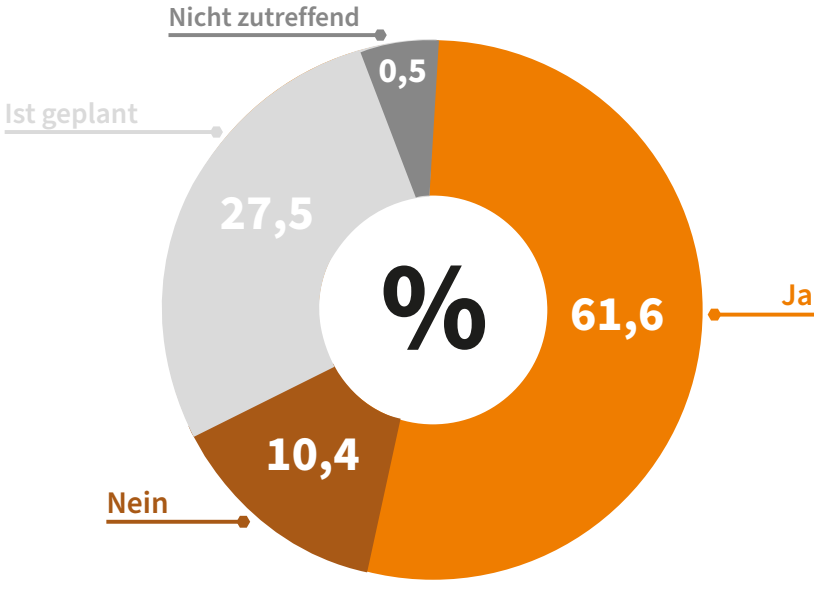


Abb. 5: Welche Systeme nutzen Sie für die Verwaltung einkaufsrelevanter Daten?\*



54,7 % dokumentieren ihre Einkaufsstrategie und bei 25,0 % ist dies geplant.

Abb. 6: Hat Ihr Unternehmen eine dokumentierte Einkaufsstrategie?



61,6 % sind auf die Digitalisierung ihrer Beschaffungsprozesse ausgerichtet.

Abb. 7: Ist Ihr Unternehmen auf die Digitalisierung der Beschaffungsprozesse ausgerichtet?

\* Weitere Angaben auf S. 26

# Lieferantenmanagement, Vertragsmanagement und der Bestellabwicklungsprozess sind die Bereiche mit dem größten Digitalisierungsbedarf.

Obwohl Unternehmen bereit sind, die Digitalisierung voranzutreiben, gibt es noch einige Lücken, die es zu füllen gilt. Der größte Digitalisierungsbedarf liegt im Lieferantenmanagement, dicht gefolgt von Vertragsmanagement und dem Bestellabwicklungsprozess (vgl. Abb. 8). Diese Bereiche bieten signifikantes Potenzial für Effizienzsteigerungen, Kostensenkungen und optimiertes Risikomanagement, die die treibende Kräfte hinter der Digitalisierung darstellen (vgl. Abb. 9). Trotz erkannter Vorteile hat sich in diesen Bereichen in den letzten Jahren wenig verändert (vgl. [Einkaufsbarometer 2023](#)). Unternehmen sind sich der Vorteile der Digitalisierung bewusst, setzen diese jedoch nicht immer konsequent um.

Gerade im Lieferantenmanagement sind die Erwartungen groß. Vor dem Hintergrund der aktuellen Gesetzeslage gibt es Handlungsbedarf: Aktuelle Themen und Trends wie die CSRD und das LkSG, die Unternehmen dazu zwingen, Nachhaltigkeit in ihre Lieferketten zu integrieren, machen die Digitalisierung zur Notwendigkeit.

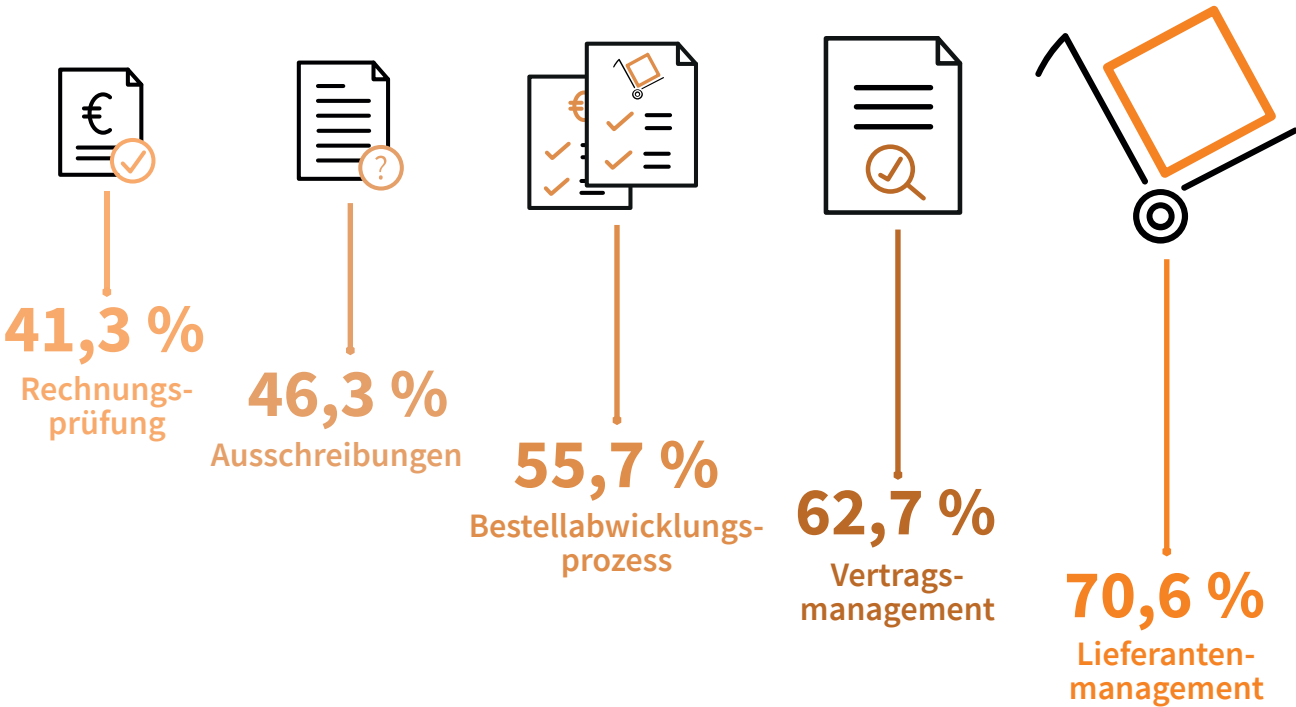


Abb. 8: In welchen Bereichen sehen Sie einen Digitalisierungsbedarf?\*

# 81,1 % der Unternehmen werden durch Kostensenkung und Effizienzsteigerungen angetrieben.

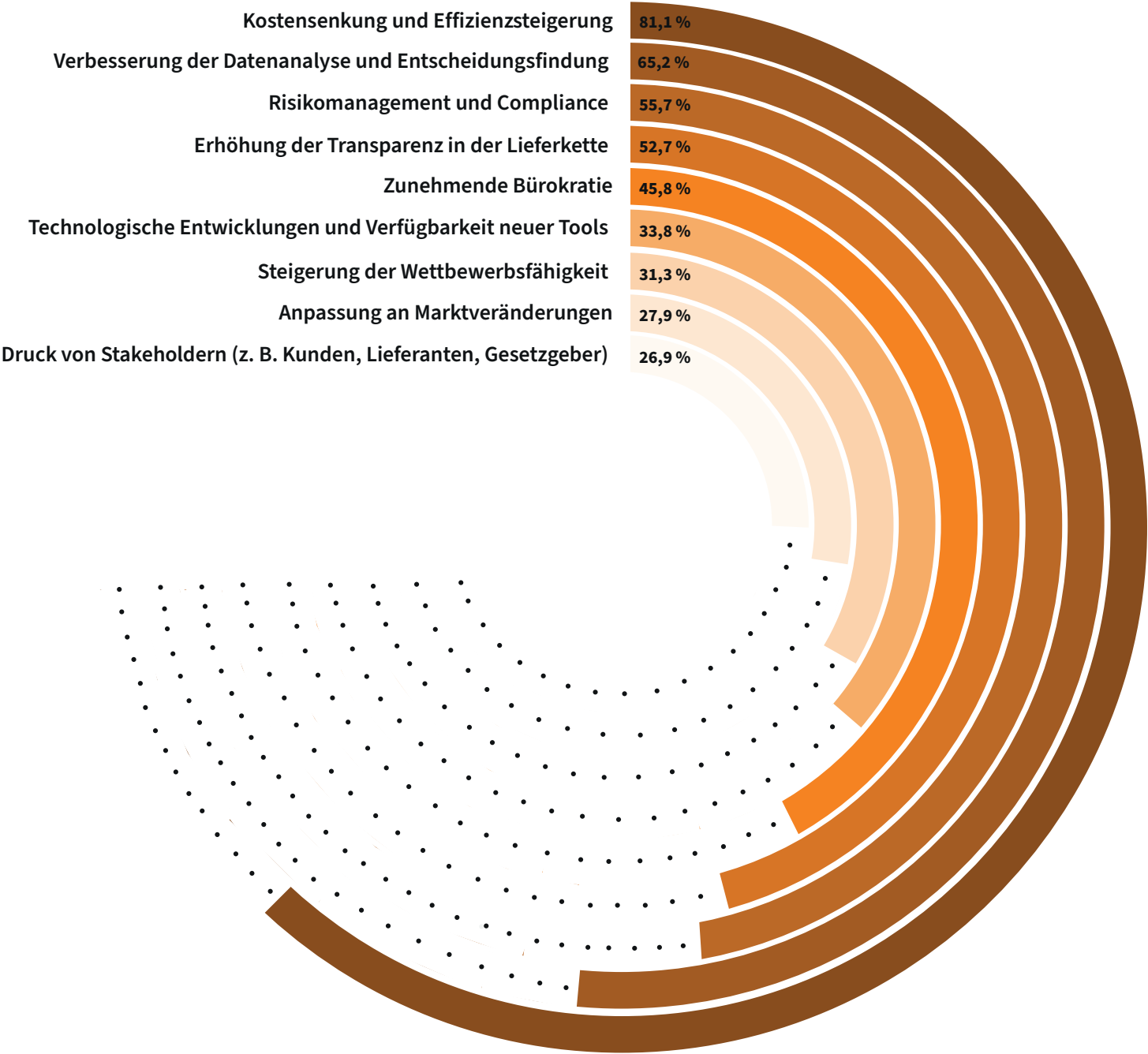


Abb. 9: Was sind treibende Kräfte hinter der Digitalisierung Ihrer Einkaufsabteilung?



## Die oberste Priorität der Einkaufsteams liegt in der Reduzierung der Kosten und der Steigerung der Effizienz.

Die jüngsten Entwicklungen, wie die CSRD, das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und die E-Rechnungspflicht, haben Unternehmen eindeutig auf die digitale Transformation ausgerichtet. Auch wenn Digitalisierungsbedarf im Lieferantenmanagement besteht, planen Mittelständler, sich im nächsten Jahr vermehrt auf Kostenreduzierung und Effizienzsteigerungen (72,1 %) sowie Prozessautomatisierung (69,2 %) zu fokussieren. Risikomanagement und Lieferkettenresilienz (46,8 %) stehen in diesem Zusammenhang an dritter Stelle (vgl. Abb. 10).

Mit den treibenden Kräften der Digitalisierung sind die identifizierten Bedarfe und Vorteile der Einkaufsdigitalisierung in dieser Studie deutlich geworden. Das bietet wertvolle Erkenntnisse für die zukünftige Ausrichtung der Beschaffungsstrategie.

Eine regelmäßige Überprüfung der Einkaufsprozesse bildet die Grundlage, um aktuelle Standards zu bestimmen, Verbesserungspotenziale zu identifizieren und eine Neuausrichtung der Strategie zu veranlassen. Die Digitalisierung ist ein kontinuierlicher Prozess; Unternehmen sollten ihre Strategien und Systeme regelmäßig evaluieren und anpassen, um mit den sich wandelnden Marktbedingungen Schritt zu halten. Da die Prozessdauer der Softwarebeschaffung bei knapp 50 % der Unternehmen 6-12 Monate beträgt, ist es ratsam, die digitale Transformation so früh wie möglich anzugehen (vgl. Abb. 12).

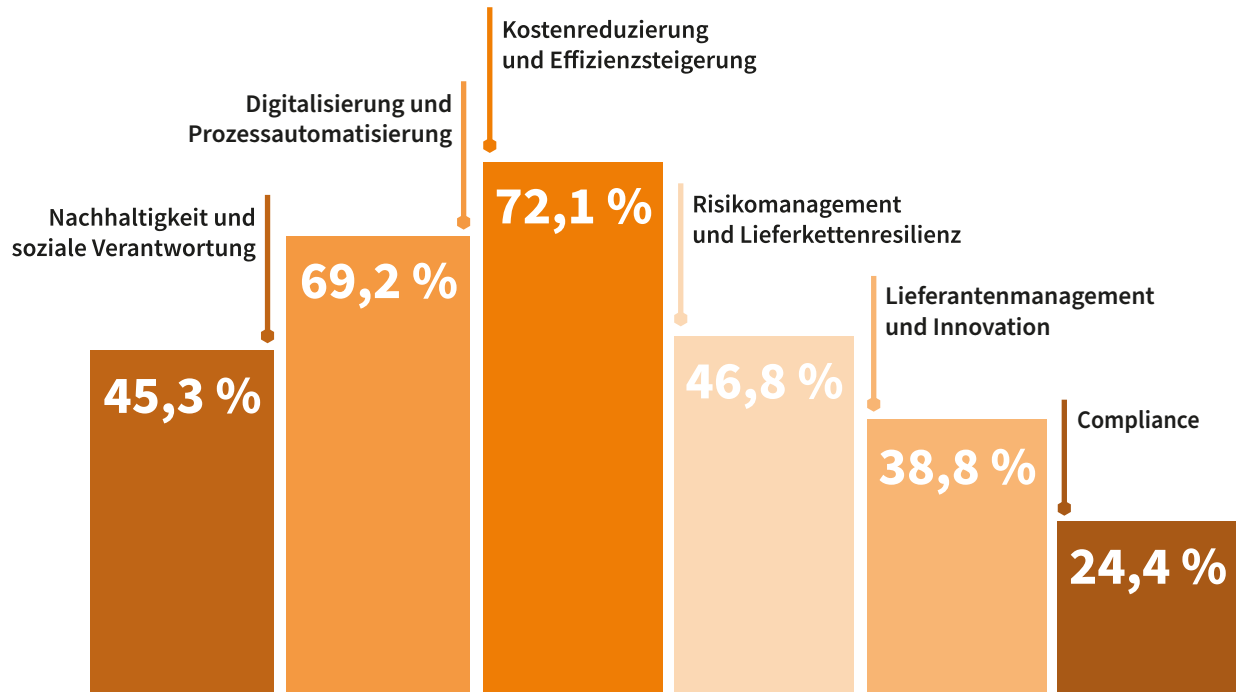


Abb. 10: Welche Schwerpunkte haben Sie für die Beschaffung in den kommenden 12 Monaten?

## 38,6 % der Mittelständler überprüfen ihre Beschaffungsprozesse jedes Jahr.

Abb. 11: Wie oft überprüft und aktualisiert Ihr Unternehmen seine Beschaffungsprozesse und technologischen Lösungen?\*

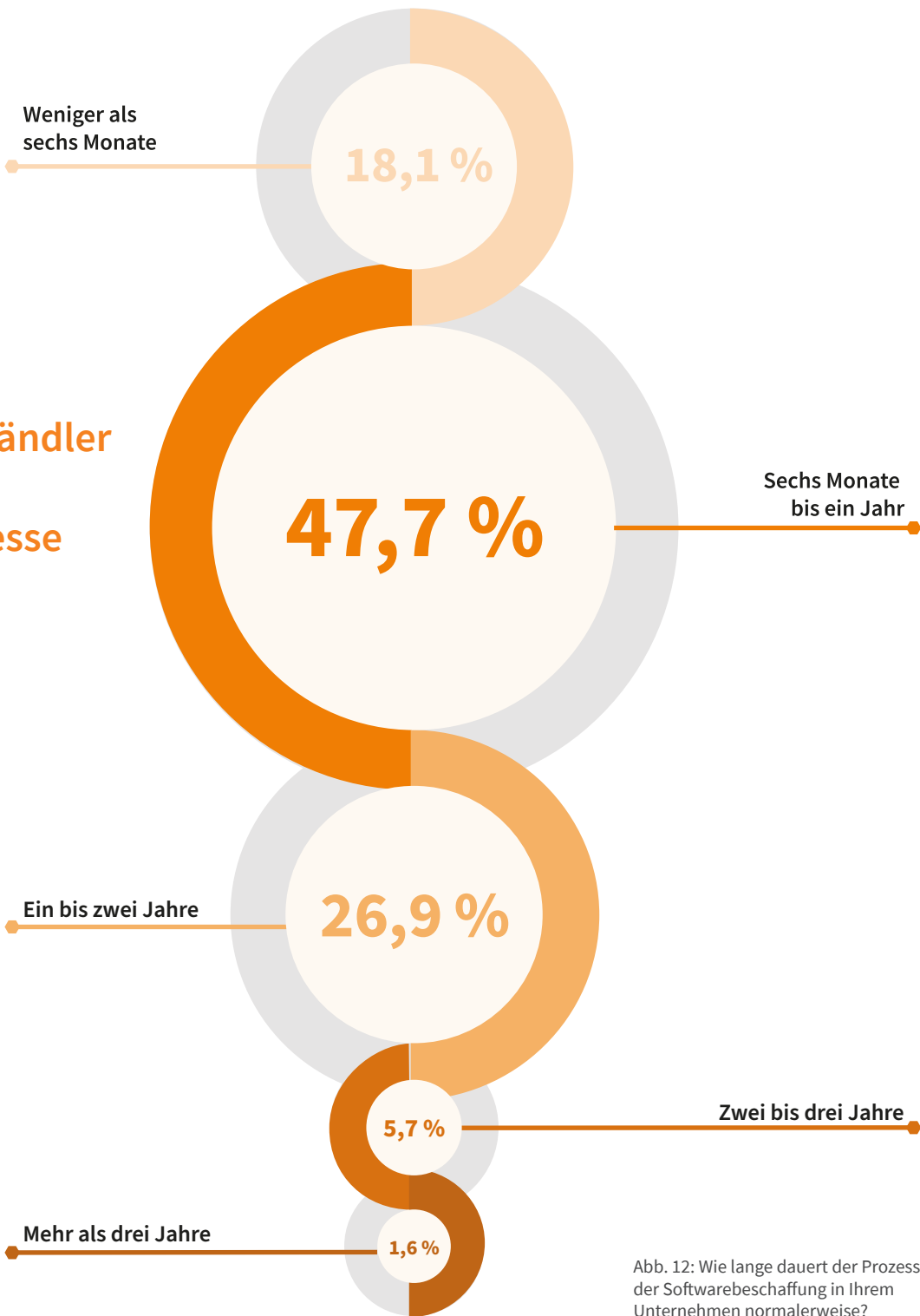


Abb. 12: Wie lange dauert der Prozess der Softwarebeschaffung in Ihrem Unternehmen normalerweise?

✓

36,1 %

Kosteneffizienz und  
Funktionsumfang

23,6 %

Integration und  
Skalierbarkeit

Abb. 13: Welche Faktoren sind für Ihr Unternehmen bei der Auswahl einer Source-to-Pay-Lösung am wichtigsten?\*

Bei der Auswahl einer Source-to-Pay (S2P)-Lösung, die eine umfassende Transformation der Beschaffungsprozesse ermöglicht, legen 36,1 % besonderen Wert auf Kosteneffizienz und Funktionsumfang sowie 23,6 % auf Integration und Skalierbarkeit (vgl. Abb. 13). Diese Faktoren sind entscheidend für die Digitalisierung und ermöglichen es, Beschaffungsprozesse effizient und flexibel zu gestalten.

Zentrale Ziele der Einführung von S2P-Software sind die Steigerung der Effizienz und die Einsparung von Zeit, welche auch den Haupttreibern der Beschaffungsdigitalisierung entsprechen (vgl. Abb. 14).

28,8 %

Effizienzsteigerung

24,6 %

Zeiteinsparungen

Abb. 14: In welchen Bereichen haben Sie die größten Vorteile durch die Aktualisierung Ihrer Beschaffungssoftware in den letzten zwei Jahren gesehen?\*

\* Weitere Angaben auf S. 26

✓

## Zukunftsblick im Einkauf

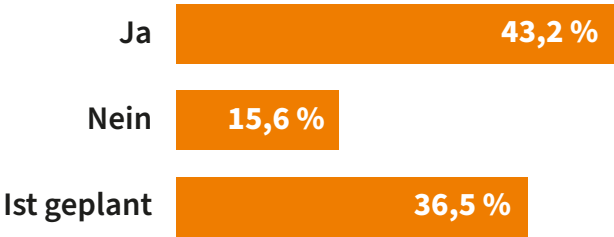
Die Digitalisierung der Beschaffungsprozesse ist ein bedeutender Schritt für mittelständische Unternehmen, um wettbewerbsfähig zu sein und zu bleiben. Investitionen in spezialisierte Systeme und die Fokussierung auf Schlüsselbereiche wie Lieferantenmanagement und Vertragsmanagement werden erfolgsentscheidend sein.

Die Automatisierung und Digitalisierung der Beschaffung ist damit nicht nur eine Reaktion auf aktuelle Herausforderungen, sondern auch eine strategische Maßnahme zur langfristigen Optimierung der Unternehmensprozesse und zur Stärkung der Marktposition.

## Bereit für die E-Rechnungspflicht?

Die E-Rechnungspflicht steht vor der Tür. Für den B2B-Bereich wird die E-Rechnungspflicht in Deutschland schrittweise eingeführt, wobei konkrete Stichtage und Übergangsfristen von den Gesetzgebern festgelegt werden. Von der Ausweitung der E-Rechnungspflicht ab 2025 bis 2028 sind alle Unternehmen betroffen:

- **Große Unternehmen:** Diese müssen ab 2025 sicherstellen, dass sie sowohl E-Rechnungen versenden als auch empfangen können.
- **Mittelständische Unternehmen:** Ab 2026 sind mittelständische Unternehmen im B2B-Bereich verpflichtet, auf die elektronische Rechnungsverarbeitung umzustellen.
- **Kleine Unternehmen:** Auch kleine Unternehmen müssen sich auf die neuen Regelungen vorbereiten, da die E-Rechnungspflicht 2028 auf alle Unternehmen, unabhängig von der Größe, ausgedehnt wird.



**43,2 % der mittelständischen Unternehmen haben bereits Vorbereitungen für die E-Rechnungspflicht getroffen, weitere 36,5 % planen dies.**

Abb. 15: Sind Sie auf die E-Rechnungspflicht 2025 vorbereitet?

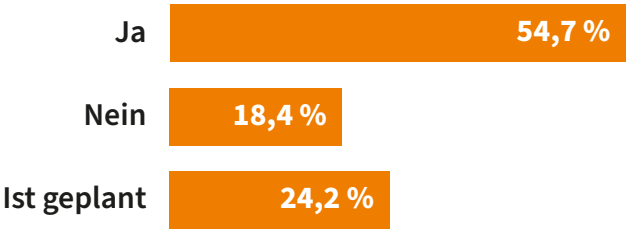


Abb. 16: Haben Sie eine Lösung zur Verarbeitung von E-Rechnungen im Einsatz?

Die Zufriedenheit der Befragten mit den eingesetzten Lösungen variiert. Nur knapp 10,0 % sind sehr zufrieden mit ihrer aktuellen Lösung. 29,0 % nehmen eine neutrale Haltung ein. Ein häufiger Kritikpunkt ist, dass die vorhandenen Lösungen den Prozess nicht vollständig automatisieren können (vgl. Abb. 17). Angesichts der steigenden Anzahl zu verarbeitender Rechnungen und des hohen Arbeitsaufwands gilt es, die Rechnungsverarbeitung schnellstmöglich zu digitalisieren.

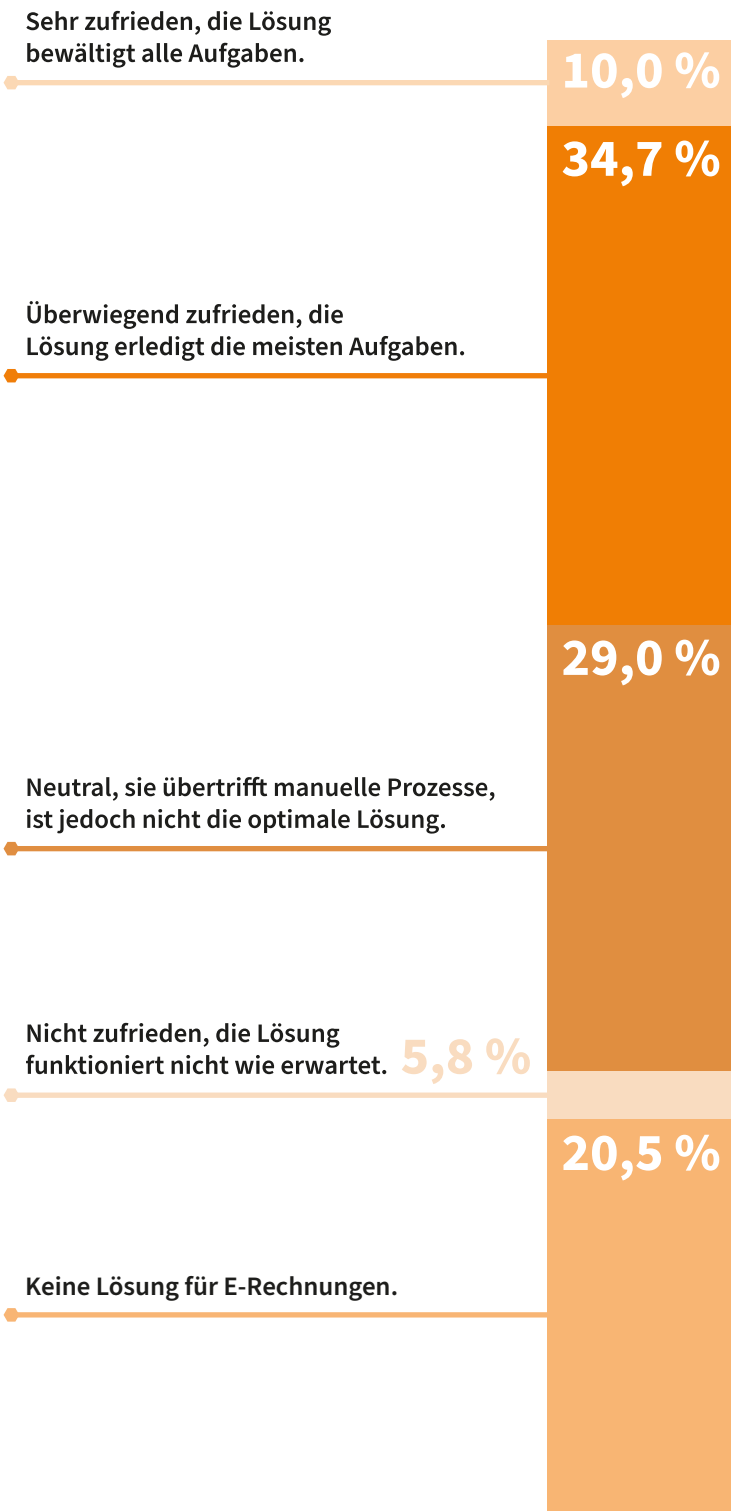


Abb. 17: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer derzeitigen Lösung zur Rechnungsautomatisierung?



## 61,5 % der Befragten befürworten die Automatisierung ihrer Rechnungsverarbeitung in den nächsten ein bis zwei Jahren.



Die Gründe für die Automatisierungsentscheidung liegen zu 31,8 % in der schieren Menge an täglich zu verarbeitenden Rechnungen, zu 21,4 % in der neuen Gesetzeslage zur E-Rechnungspflicht und zu 8,3 % in der Finanzstrategie der Unternehmen. Eine Automatisierungslösung wird als notwendig erachtet, um effizienter und kostengünstiger zu arbeiten (vgl. Abb. 18).

### 31,8 %

Ja, wir haben zu viele Rechnungen, um sie manuell zu verarbeiten

### 21,4 %

Ja, aufgrund der sich ändernden Gesetzgebung ist es wichtig für uns

### 8,3 %

Ja, unser Finanzteam muss sich auf die Strategie konzentrieren

Abb. 18: Ist es für Ihr Unternehmen wichtig, in den nächsten ein bis zwei Jahren die Rechnungsstellungsprozesse durch Automatisierung zu optimieren?\*

Der Schritt zur automatisierten Rechnungsverarbeitung hilft Unternehmen dabei, Fehler zu reduzieren, Zeit zu sparen und die Transparenz zu erhöhen. Zudem ermöglicht die E-Rechnung die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und kann zu einer schnelleren Zahlungsabwicklung führen. Diese Aspekte tragen dazu bei, die Prozesse innerhalb des Unternehmens zu optimieren und die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Die treibende Kraft hinter der Digitalisierung der Beschaffungs- und Finanzprozesse spiegelt sich in Effizienzsteigerungen und Kostenreduktion wider, die durch die Automatisierung der Rechnungsverarbeitung erreicht werden.

\* Weitere Angaben auf S. 26



## Zukunftsblick im Finanzwesen

Die Einführung der E-Rechnungspflicht wird als Treiber der Digitalisierung des Rechnungswesens wirken.

Die Automatisierung der Rechnungsverarbeitung sollte nicht nur aufgrund der gesetzlichen Anforderungen angestrebt, sondern auch als strategische Maßnahme zur Optimierung der Unternehmensprozesse und der Wettbewerbsfähigkeit gesehen werden.

Unternehmen, die frühzeitig auf diese Veränderungen reagieren und ihre Prozesse entsprechend anpassen, werden langfristig von erhöhter Effizienz, Kosteneinsparungen und einer problemlosen Einhaltung gesetzlicher Vorschriften profitieren.

## 75,8 % der Unternehmen messen der Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert bei.

Die Verfolgung von ESG-Zielen (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) beeinflusst zunehmend die Beschaffungs- und Finanzprozesse von Unternehmen (vgl. Abb. 19). Nachhaltiges Lieferantenmanagement und umweltfreundliche Beschaffungspraktiken sind hierbei zentrale Elemente. Die Ergebnisse zeigen, dass 51,6 % der Unternehmen Maßnahmen ergreifen, um nachhaltig zu beschaffen und 53,5 % bereits Fortschritte damit erzielt haben (vgl. Abb. 20). Dies unterstreicht die wachsende Bedeutung eines effektiven Umweltmanagements innerhalb der Lieferketten.

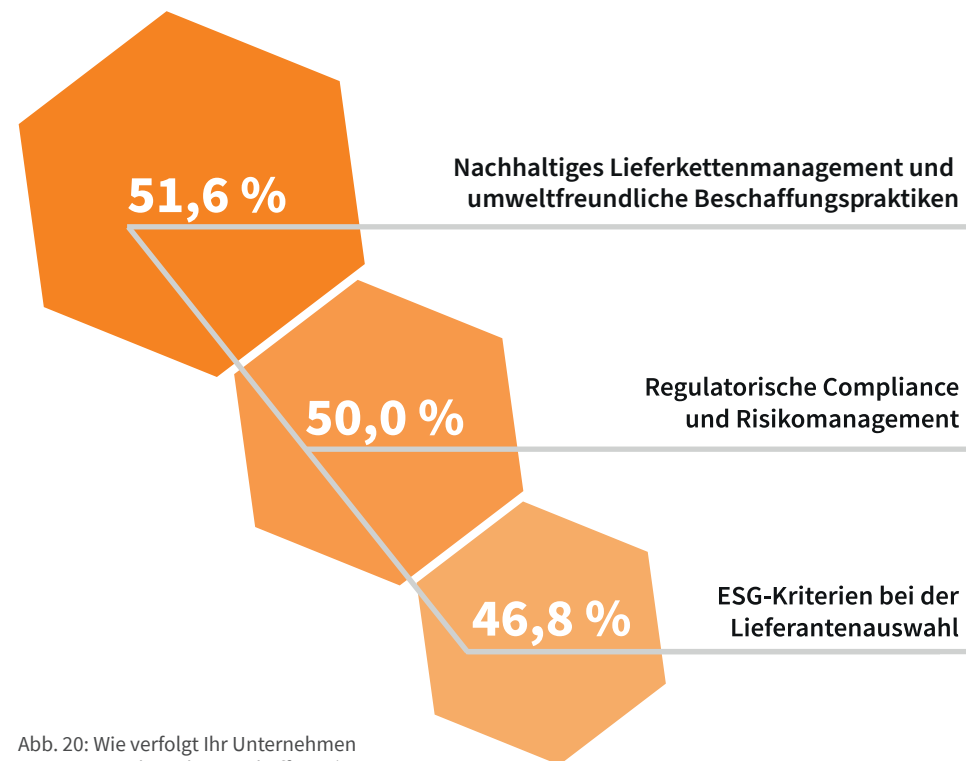


Abb. 20: Wie verfolgt Ihr Unternehmen seine ESG-Ziele in der Beschaffung?\*

# 67,7 %

... haben ESG-Ziele definiert.

# 53,8 %

... sehen Fortschritte bei Ihren ESG-Zielen.

Abb. 19: Hat Ihr Unternehmen ESG-Ziele, die sich auf Ihre Arbeit im Beschaffungs- oder Finanzbereich auswirken? Wenn ja, haben Sie im letzten Jahr Fortschritte bei diesen ESG-Zielen gesehen?\*

\* Weitere Angaben auf S. 26

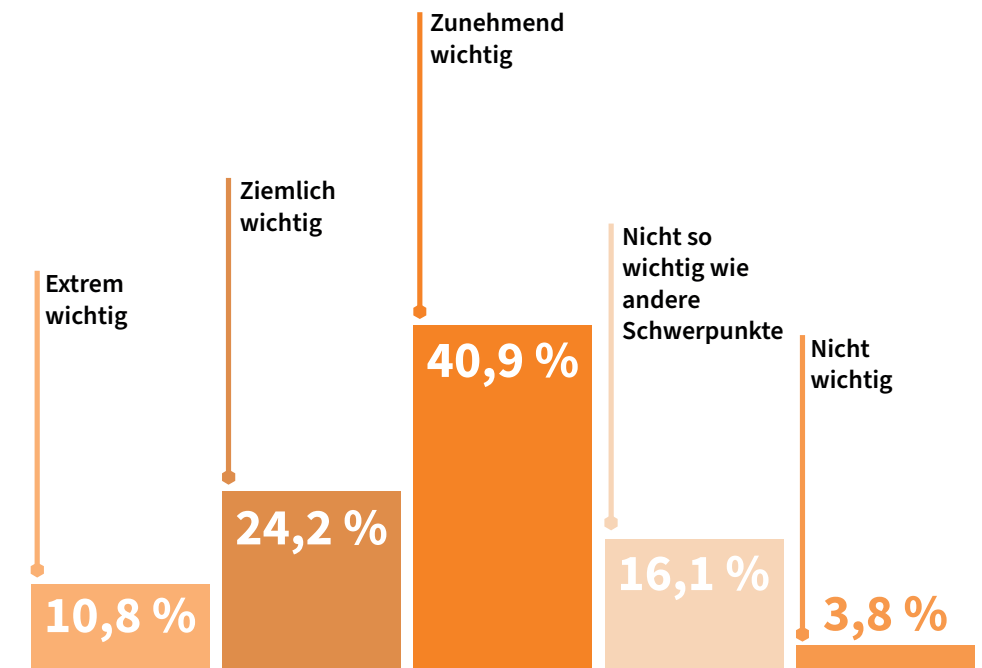


Abb. 21: Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit in der Beschaffungsstrategie Ihres Unternehmens?

Ein weiterer wichtiger Bestandteil aktueller ESG-Ziele ist das Compliance- und Risikomanagement. Angesichts der globalen Lieferkettenkomplexität (46,8 %) (vgl. Abb. 27 auf Seite 22) und jüngster globaler Ereignisse, die zur Aktualisierung von Risikomanagementstrategien geführt haben (71,5 %), ist dies besonders relevant (vgl. Abb. 22).

## 10,2 % haben eine umfassende Überarbeitung ihrer Risikomanagementstrategien angesichts der jüngsten globalen Ereignisse veranlasst, weitere 61,3 % nehmen teilweise Änderungen vor.

Abb. 22: Haben die jüngsten globalen Ereignisse Ihr Unternehmen dazu veranlasst, seine Risikomanagementstrategien im Beschaffungswesen neu zu bewerten oder zu aktualisieren?\*

Um die Kontinuität der Lieferketten sicherzustellen (67,2 %), müssen Unternehmen ihre Strategien kontinuierlich anpassen und stärken (vgl. Abb. 23). Digitales Lieferantenmanagement spielt hierbei eine zentrale Rolle, da die Stabilität der Lieferkette maßgeblich von den Lieferanten abhängt.

67,2 %

Kontinuität und Stabilität der Lieferkette

41,4 %

Bestandsmanagement und Bedarfsprognose

34,9 %

Risikobewertung und Strategien zur Risikominimierung

Abb. 23: Welche Aspekte Ihrer Source-to-Pay-Prozesse sind Ihrer Meinung nach im Falle einer Krise am anfälligsten?\*

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein wichtiger Faktor bei der Auswahl von Lieferanten. Neben ökologischen Aspekten spielt auch die soziale Verantwortung eine entscheidende Rolle. Faire Arbeitsbedingungen und ethische Geschäftspraktiken in der Lieferkette tragen maßgeblich zur Nachhaltigkeit eines Unternehmens bei. Diese Nachhaltigkeit fördert eine gerechte und verantwortungsvolle Unternehmensführung, was langfristig zu positiven sozialen Auswirkungen führt. 74,2 % der Mittelständler haben CSR-Kriterien in ihr Sourcing integriert, um diese Ziele zu erreichen (vgl. Abb. 24).

74,2 % integrieren CSR fest in die Lieferantenauswahl und Pflege ihrer Geschäftsbeziehungen.

\* Weitere Angaben auf S. 26

31,7 %

Wichtig.  
Wir ziehen es vor, nicht mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die nicht mit unseren CSR-Zielen übereinstimmen, aber wir tun es, wenn die Möglichkeiten begrenzt sind.

24,2 %

Ziemlich wichtig.  
Wir ziehen es wirklich vor, nicht mit Lieferanten zu arbeiten, die nicht mit unseren CSR-Zielen übereinstimmen.

18,3 %

Sehr wichtig.  
Wir ziehen es nicht in Betracht, mit einem Lieferanten zusammenzuarbeiten, der nicht mit unseren CSR-Zielen übereinstimmt.

Abb. 24: Welche Rolle spielt die soziale Verantwortung bei der Auswahl von Lieferanten und der Pflege von Geschäftsbeziehungen?\*

Unternehmen vermeiden es, mit Lieferanten zusammenzuarbeiten, die nicht ihren CSR-Zielen entsprechen (vgl. Abb. 24). Trotzdem setzen 37,3 % der Unternehmen keine digitalen Lösungen ein, um Lieferanten zu qualifizieren und nach CSR-Kriterien zu screenen (vgl. Abb. 25). Kurz gesagt: Der Wille ist vorhanden, aber ohne Digitalisierung fehlen die geeigneten Mittel. Besonders mittelständische Unternehmen berücksichtigen dabei sowohl wirtschaftliche als auch umweltbezogene und soziale Kriterien, was die Notwendigkeit digitaler Lösungen verstärkt (vgl. Abb. 26).

Ja 34,2 %

Nein 37,3 %

Abb. 25: Verfügt Ihr Unternehmen über einen detaillierten und digitalen Prozess zur Lieferantenqualifizierung?\*

63,4 %

Soziale Kriterien

64,5 %

Umweltkriterien

63,4 %

Wirtschaftliche Kriterien

51,6 %

Arbeitsumfeld

Abb. 26: Welche spezifischen CSR-Kriterien berücksichtigen Sie bei der Bewertung potenzieller Lieferanten?

Angesichts der aktuellen Herausforderungen, die die Umsetzung nachhaltiger Beschaffung erschweren, ist die Implementierung digitaler Systeme von entscheidender Bedeutung. Besonders die erhöhten Kosten nachhaltiger Optionen und die schwierige Messbarkeit der Nachhaltigkeitsziele wurden als bedeutende Hindernisse identifiziert (vgl. Abb. 27).

Diese Herausforderungen erfordern innovative Ansätze sowie Unterstützung durch politische Rahmenbedingungen und Förderprogramme. Digitales Lieferkettenmanagement und innovative Sourcing-Funktionen können Unternehmen dabei helfen, Kostenvergleiche transparenter zu gestalten und gleichzeitig Nachhaltigkeitskriterien in der Lieferantenauswahl direkt zu berücksichtigen.

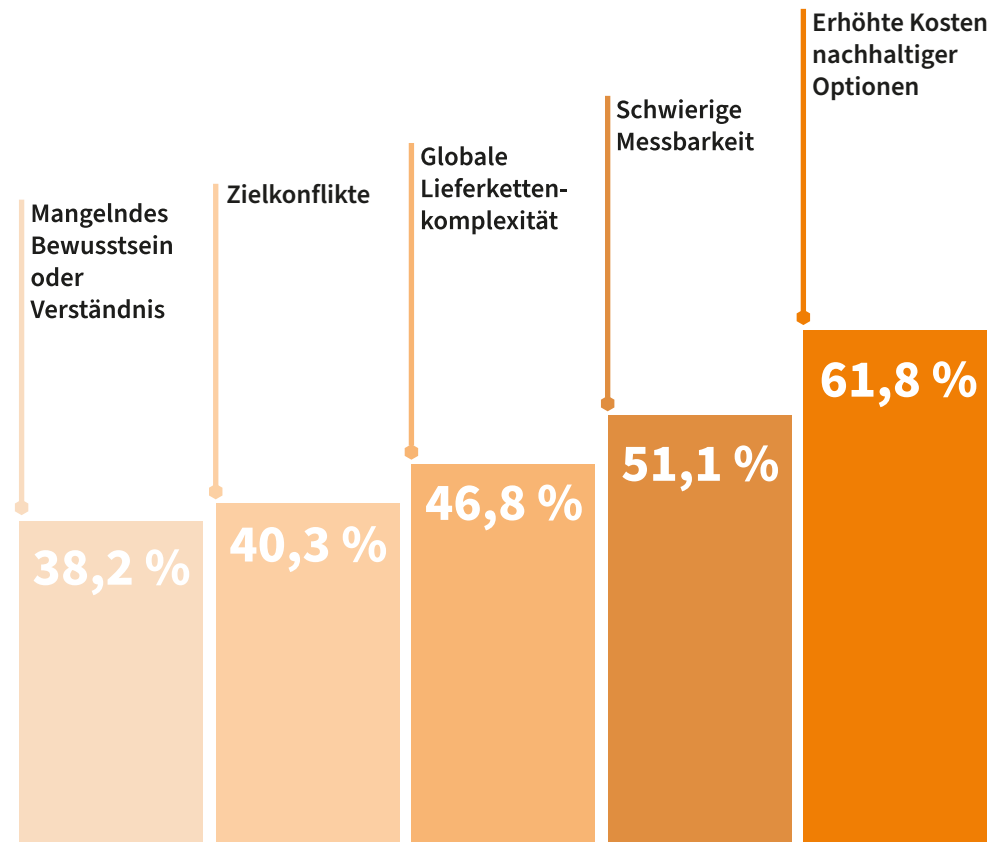


Abb. 27: Was sind Ihrer Meinung nach die größten Herausforderungen bei der Verwirklichung eines nachhaltigeren Beschaffungsprozesses?\*

\* Weitere Angaben auf S. 26

## Zukunftsblick der Nachhaltigkeit

Die Zukunft der Beschaffung wird weiterhin stark durch die Integration von ESG-Zielen geprägt sein. Unternehmen müssen zunehmend digitale Lösungen einsetzen, um ihre Lieferanten effektiv zu managen und sicherzustellen, dass sie den wachsenden Anforderungen an Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung gerecht werden. Dies wird nicht nur die Resilienz und Effizienz der Lieferketten verbessern, sondern auch das langfristige soziale und ökologische Engagement der Unternehmen stärken.

Unsere Studie hebt die Wichtigkeit eines umfassenden und integrierten Ansatzes für nachhaltiges Lieferantenmanagement hervor und unterstreicht die Notwendigkeit kontinuierlicher Anpassungen und Innovationen, um zukünftige Pflichten zu erfüllen. Da im Supplier Management der Bedarf an Digitalisierung am größten ist (s. S. 8), sollte es bei Investitionen an erster Stelle stehen.


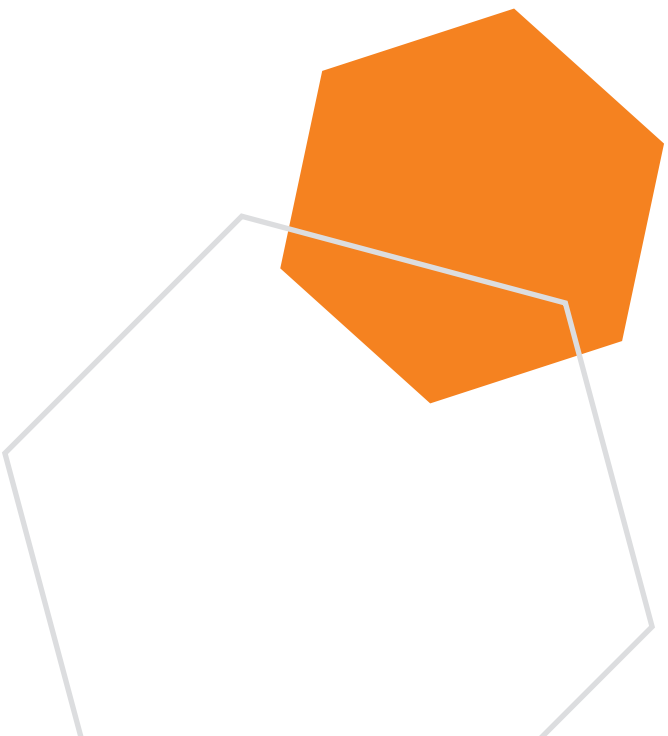
## Schlusswort

Die wachsende Bereitschaft, innovative Technologien in die Beschaffung und das Finanzwesen zu integrieren, zeigt klar: Digitalisierung wird als Schlüssel zur Steigerung von Effizienz, Transparenz und Wettbewerbsvorteilen erkannt. Die Studie verdeutlicht, wie wichtig Digitalisierung und Automatisierung für mittelständische Unternehmen sind. Besonders im Lieferanten- und Vertragsmanagement liegen enorme Potenziale, die durch digitale Lösungen erschlossen werden können.

Dennoch zeigen die Ergebnisse, dass die Digitalisierung im Beschaffungswesen weiterhin erhebliches Verbesserungspotenzial aufweist. Viele Prozesse sind trotz anfänglicher Fortschritte noch nicht vollständig digitalisiert. Im Vergleich zu den Ergebnissen des Vorjahres ist der Fortschritt als minimal einzuordnen. Der Anfang ist gemacht, allerdings ist der Weg zu einer vollständig digitalen Beschaffung noch weit und erfordert kontinuierliche Anstrengungen.

Mit der bevorstehenden E-Rechnungspflicht und der Integration von ESG-Zielen in Unternehmensstrategien ist Digitalisierung im Einkauf nicht nur ein Vorteil, sondern eine zwingende Notwendigkeit, um gesetzliche Anforderungen zu erfüllen und nachhaltige Geschäftspraktiken zu fördern. Unternehmen, die digitale Lösungen aktiv einführen, sichern sich nicht nur kurzfristige Effizienzgewinne, sondern auch langfristige Marktresilienz und Innovationsfähigkeit.

Um den dynamischen Marktanforderungen gerecht zu werden, müssen Unternehmen ihre Prozesse ständig überprüfen und anpassen. Investitionen in die Digitalisierung sind mehr als nur eine Reaktion auf gegenwärtige Herausforderungen; sie stellen eine strategische Initiative dar, um Geschäftsprozesse langfristig zu optimieren und die Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu sichern.



**Die Zukunft gehört  
den Unternehmen,  
die die Chancen  
der Beschaffungs-  
digitalisierung  
erkennen und  
ergreifen.**



## Weitere Angaben: Vollständige Ergebnisse

Abb. 2, S.5: Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen tätig?

5.000 - 10.000 Mitarbeiter: 6,1 %  
Über 10.000 Mitarbeiter: 2,4, %

Abb. 4, S. 6: Würden Sie sagen, dass Ihr Unternehmen generell offen für den Einsatz neuer Technologien zur Digitalisierung von Beschaffungs- und/oder Finanzprozessen ist?

Nein: 27,3 %  
Nicht zutreffend: 2,6%

Abb. 5, S.6: Welche Systeme nutzen Sie für die Verwaltung einkaufsrelevanter Daten?

PPS (Produktionsplanung und -steuerung): 29,9 %  
SCM (Supply-Chain-Management): 20,4 %  
SRM (Supplier-Relationship-Management): 20,9 %  
Kein System: 1,5 %  
Sonstiges: 11,9 %

Abb. 8, S.8: In welchen Bereichen sehen Sie einen Digitalisierungsbedarf?

Ausgabenanalyse: 41,3 %  
Auktionen: 21,9 %

Abb. 11, S. 10: Wie oft überprüft und aktualisiert Ihr Unternehmen seine Beschaffungsprozesse und technologischen Lösungen?

Alle 2 Jahre: 12,5 %  
Alle 2-5 Jahre: 27,1 %  
Alle 5-7 Jahre: 4,7 %  
> 7 Jahre: 3,6 %

Abb. 13, S.12: Welche Faktoren sind für Ihr Unternehmen bei der Auswahl einer Source-to-Pay-Lösung am wichtigsten?

Anpassungsfähigkeit an Unternehmensveränderungen: 5,2 %  
Benutzerfreundlichkeit: 17,8 %  
Datensicherheit und Compliance: 10,5 %  
Transparenz und Analysefähigkeiten: 6,8 %

Abb. 14, S.12: In welchen Bereichen haben Sie die größten Vorteile durch die Aktualisierung Ihrer Beschaffungssoftware in den letzten zwei Jahren gesehen?

Kostenreduzierung: 5,3 %  
Verbesserte Übersicht und optimierte Analytik: 15,7 %  
Vereinfachte Compliance und Risikomanagement: 5,2 %  
Erweiterte Automatisierung: 8,4 %  
Wettbewerbsvorteile: 0,5 %  
Nicht zutreffend: 11,5 %

Abb. 18, S.16: Ist es für Ihr Unternehmen wichtig, in den nächsten ein bis zwei Jahren die Rechnungsstellungsprozesse durch Automatisierung zu optimieren?

Ja, unser Finanzteam muss sich auf die Strategie konzentrieren: 8,3 %  
Nein, alles ist gut so, wie es ist: 9,9 %  
Nein, wir haben bereits eine Lösung gefunden: 20,8 %  
Nein, das hat für uns keine Priorität: 7,8 %

Abb 19, S. 18: Hat Ihr Unternehmen ESG-Ziele, die sich auf Ihre Arbeit im Beschaffungs- oder Finanzbereich auswirken? Wenn ja, haben Sie im letzten Jahr Fortschritte bei diesen ESG-Zielen gesehen?

Keine ESG-Ziele: 22,0 %  
Keine Fortschritte: 17,2 %  
Nicht zutreffend: 4,3 % / 8,6 %

Abb. 20, S.18: Wie verfolgt Ihr Unternehmen seine ESG-Ziele in der Beschaffung?

Reduktion des CO2-Fußabdrucks: 46,2 %  
Förderung sozialer Verantwortung: 25,3 %

Abb. 22, S. 19: Haben die jüngsten globalen Ereignisse Ihr Unternehmen dazu veranlasst, seine Risikomanagementstrategien im Beschaffungswesen neu zu bewerten oder zu aktualisieren?

Nein, keine Änderungen: 16,7 %  
Unsicher / Ich weiß es nicht: 8,1 %

Abb. 23, S.20: Welche Aspekte Ihrer Source-to-Pay-Prozesse sind Ihrer Meinung nach im Falle einer Krise am anfälligsten?

Cashflow-Management und finanzielle Liquidität: 22.0 %  
Vertragsmanagement und Neuverhandlungen: 18.3 %  
Einhaltung von Vorschriften und Standards: 16,7 %  
Datensicherheit und Datenschutz: 16,1 %  
Mitarbeiterkapazität und Ressourcenzuweisung: 30,6 %  
Kommunikation und Zusammenarbeit mit Interessengruppen: 8,1 %  
Neuzulassungen: 0,5 %

Abb. 24, S. 21: Welche Rolle spielt die soziale Verantwortung (Corporate Social Responsibility / CSR) bei der Auswahl von Lieferanten und der Pflege von Geschäftsbeziehungen?

Nicht das Wichtigste. Wir arbeiten mit Lieferanten zusammen, die insgesamt die besten Konditionen bieten: 16,1 %  
Nicht zutreffend, wir haben keine CSR-Ziele: 5,9 %

Abb. 25, S. 21: Verfügt Ihr Unternehmen über einen detaillierten und digitalen Prozess zur Lieferantenqualifizierung?

Ist geplant: 25,9 %  
Nicht zutreffend: 2,6 %

Abb. 27, S.22: Was sind Ihrer Meinung nach die größten Herausforderungen bei der Verwirklichung eines nachhaltigen Beschaffungsprozesses?

Ressourcen- und Wissensmangel: 37,6 %  
Limitierte nachhaltige Optionen: 24,7 %  
Interner Widerstand: 17,7 %

## Herausgeber



### Onventis

Onventis ist seit 2000 ein Cloud-Pionier für die digitale Transformation von Einkaufs- und Finanzprozessen. Die Cloud Software Onventis Buyer ist ein All-in-One-Beschaffungssystem, das Unternehmen bei allen Beschaffungsvorgängen unterstützt, um Kontrolle über die Finanzlage, Prozesseffizienz und Kosteneinsparungen unter Einhaltung von Unternehmensrichtlinien und Gesetzen zu erzielen. Onventis Buyer optimiert und automatisiert alle Prozesse von der Beschaffungsquelle bis zur Bezahlung, einschließlich der Zusammenarbeit mit Lieferanten im Netzwerk. Das Onventis Netzwerk verbindet Geschäftsprozesse von Einkäufern und Lieferanten – einfach und sicher. Weltweit wickeln über 1.000 Unternehmen mit ca. 450.000 Anwendern im Onventis-Netzwerk ein jährliches Beschaffungsvolumen von über 10 Milliarden Euro mit mehr als 50.000 Lieferanten ab. | [onventis.de](https://onventis.de)



### ESB Business School

Die ESB Business School ist Teil der Hochschule Reutlingen, eine der führenden Bildungseinrichtungen für internationale und unternehmensnahe akademische Ausbildung. Als eine der ersten Fakultäten in Deutschland führte die ESB Business School vor über 40 Jahren internationale Doppelabschlüsse ein und setzt seither Maßstäbe in der Aus- und Weiterbildung von jungen Führungskräften. Der Leiter dieser Studie, Prof. Dr. Stephan Höfer, ist seit 1998 Professor an der Hochschule Reutlingen und lehrt aktuell in den Bereichen Supply Chain Management und Lean Enterprise Management an der ESB Business School. | [www.esb-business-school.de](https://www.esb-business-school.de)



### BME

Der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) ist der Fachverband für Einkäufer, Supply Chain Manager und Logistiker in Deutschland und Kontinentaleuropa. Das Volumen der von den aktuell 9.750 Mitgliedern eingekauften Waren und Dienstleistungen beträgt jährlich rund 1,25 Billionen Euro. Rund 1.000 Veranstaltungen werden jedes Jahr im In- und Ausland vom Verband und seinen Tochtergesellschaften ausgerichtet. Die Palette reicht von zertifizierten Lehrgängen, Seminaren und Managementforen bis hin zu großen Kongressen. Außerdem hilft der BME bei der Erschließung neuer Märkte und gestaltet wirtschaftliche Prozesse und globale Entwicklungen mit. | [bme.de](https://bme.de)

## Sie haben Fragen zur Studie?

**Onventis Marketing**

+49 711 / 686875-0

[marketing@onventis.de](mailto:marketing@onventis.de)

[onventis.de](https://onventis.de)