



Einkaufsbarometer Mittelstand 2025

Von Krisenfestigkeit bis Zusammenarbeit

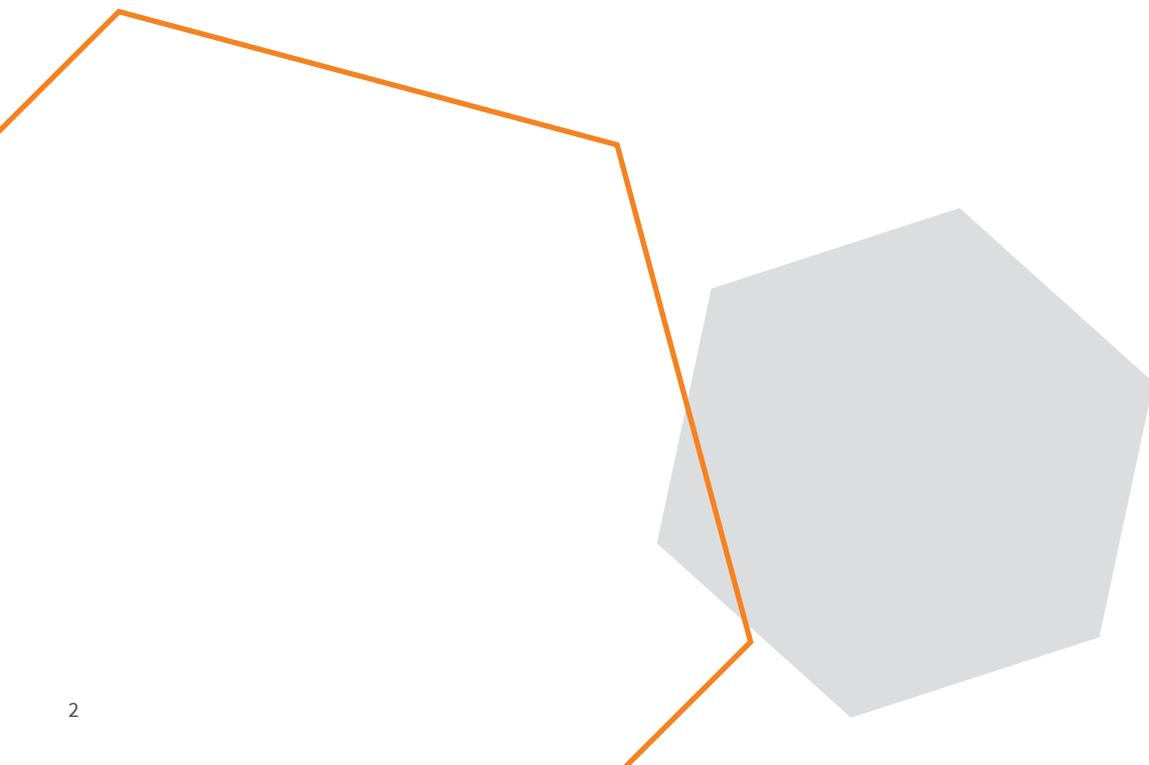


Vorwort

Stabile Lieferketten sind längst keine Selbstverständlichkeit mehr. Lieferschwierigkeiten, Inflation, gesetzliche Auflagen und globale Unsicherheiten stellen Unternehmen zunehmend auf die Probe. Regulatorische Anforderungen wie die CSDDD und die E-Rechnungspflicht sowie der steigende Anspruch an nachhaltige Beschaffung erhöhen den Druck zusätzlich. Der Einkauf hat sich dadurch in kurzer Zeit von einer operativen Funktion zu einem strategischen Steuerzentrum entwickelt. Unsere Studie „Einkaufsbarometer 2025“ beleuchtet ebendiese Entwicklungen, Herausforderungen und Prioritäten im Einkauf mittelständischer Unternehmen im europäischen Raum.

Im Fokus: Das Lieferantenmanagement als strategischer Hebel für Resilienz und Wachstum. Digitale Lieferantenprozesse und aktiv gestaltete Beziehungen werden zur Grundvoraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit. Wer auf integrierte Plattformlösungen, datenbasierte Entscheidungen und enge Partnerschaften setzt, steigert nicht nur Effizienz, sondern stärkt auch seine Zukunftsfähigkeit.

Unsere Analyse zeigt: Resilienz beginnt beim Lieferanten.





Management Summary

- 1. Strategisches Supplier Management als Wachstumstreiber**
88,9 % der Unternehmen sehen die Fähigkeit, neue Lieferanten schnell zu integrieren, als zentralen Faktor für unternehmerisches Wachstum.
- 2. Digitalisierung bleibt kritisch, aber lückenhaft**
80,6 % sehen im Lieferantenmanagement weiterhin den größten Digitalisierungsbedarf. 46,6 % empfinden ihr aktuelles Beschaffungssystem als unzureichend für wirksames Risikomanagement.
- 3. Zusammenarbeit und Transparenz stärken die Resilienz**
81,5 % der Unternehmen betonen die Bedeutung von Echtzeit-Zusammenarbeit mit Lieferanten. Plattformbasierte Kommunikation und datengestützte Steuerung gelten als zentrale Hebel für die Zukunft.
- 4. KI und Automatisierung gewinnen an Relevanz**
78,3 % sehen in Automatisierung und KI entscheidende Mittel zur Effizienzsteigerung. Für die Verbesserung der Zusammenarbeit mit Lieferanten und der Förderung von Innovationen setzen 63,3 % auf künstliche Intelligenz.
- 5. Nachhaltigkeit wird zum Standard**
65,6 % betrachten ESG-Kriterien als festen Bestandteil ihrer künftigen Beschaffungsstrategie.

Kompakt erklärt

Einkaufsbarometer Mittelstand: Jubiläumsedition

Die 7. Ausgabe erscheint im 25. Jubiläumsjahr von Onventis und rückt gemeinsam mit dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) sowie der ESB Business School als wissenschaftlichem Partner das Spannungsfeld zwischen Digitalisierungsstrategien und den aktuellen Herausforderungen europäischer Einkaufsteams in den Fokus.

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 Januar bis März 2025 durchgeführt. Insgesamt haben 357 Personen an der Umfrage teilgenommen.

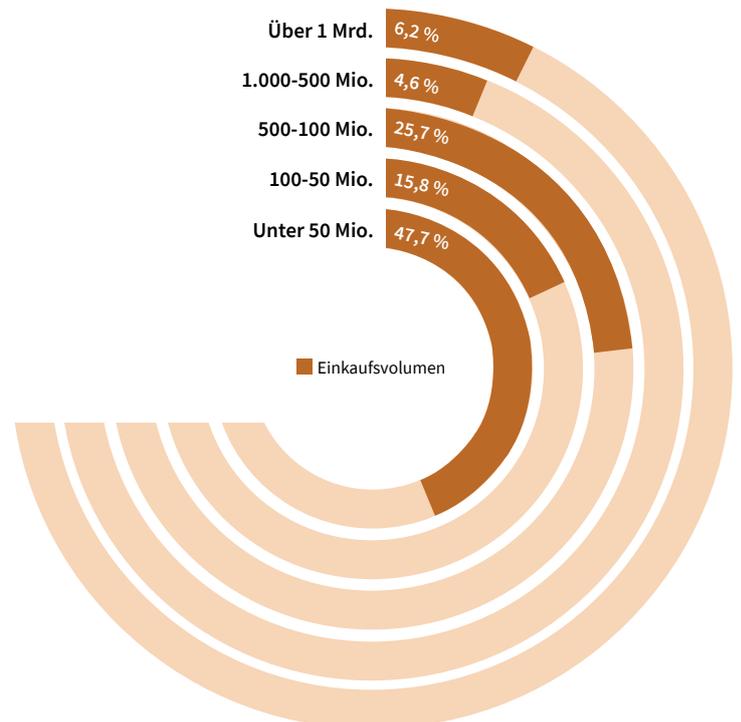
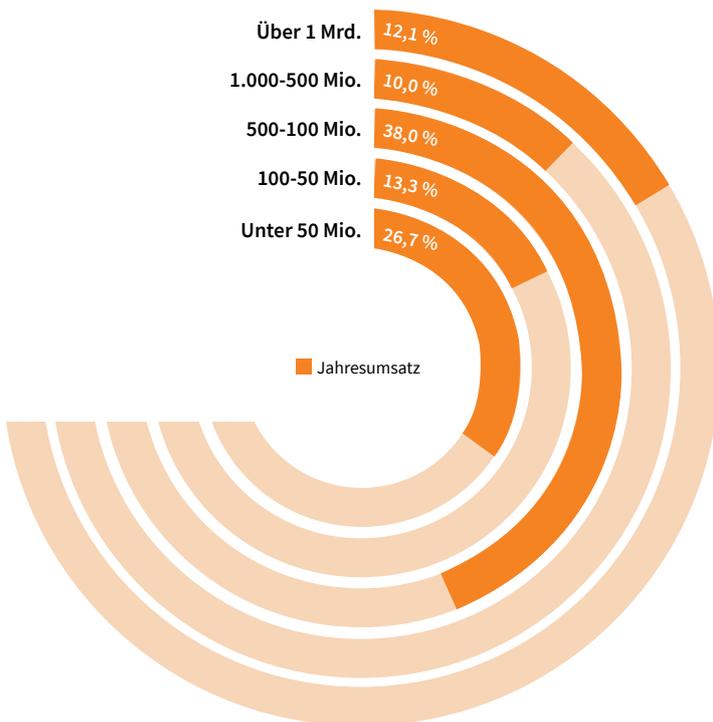


Einführung

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 europäischen Mittelstand, treffen zu können und aus den Ergebnissen Trends abzuleiten.

Zum europäischen „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 Mitarbeitenden gezählt (vgl. Frage 1 und 2). Es handelt sich also um eine rein quantitative Definition (Umsatzgröße und Anzahl der Mitarbeitenden) des Mittelstandsbegriffs.

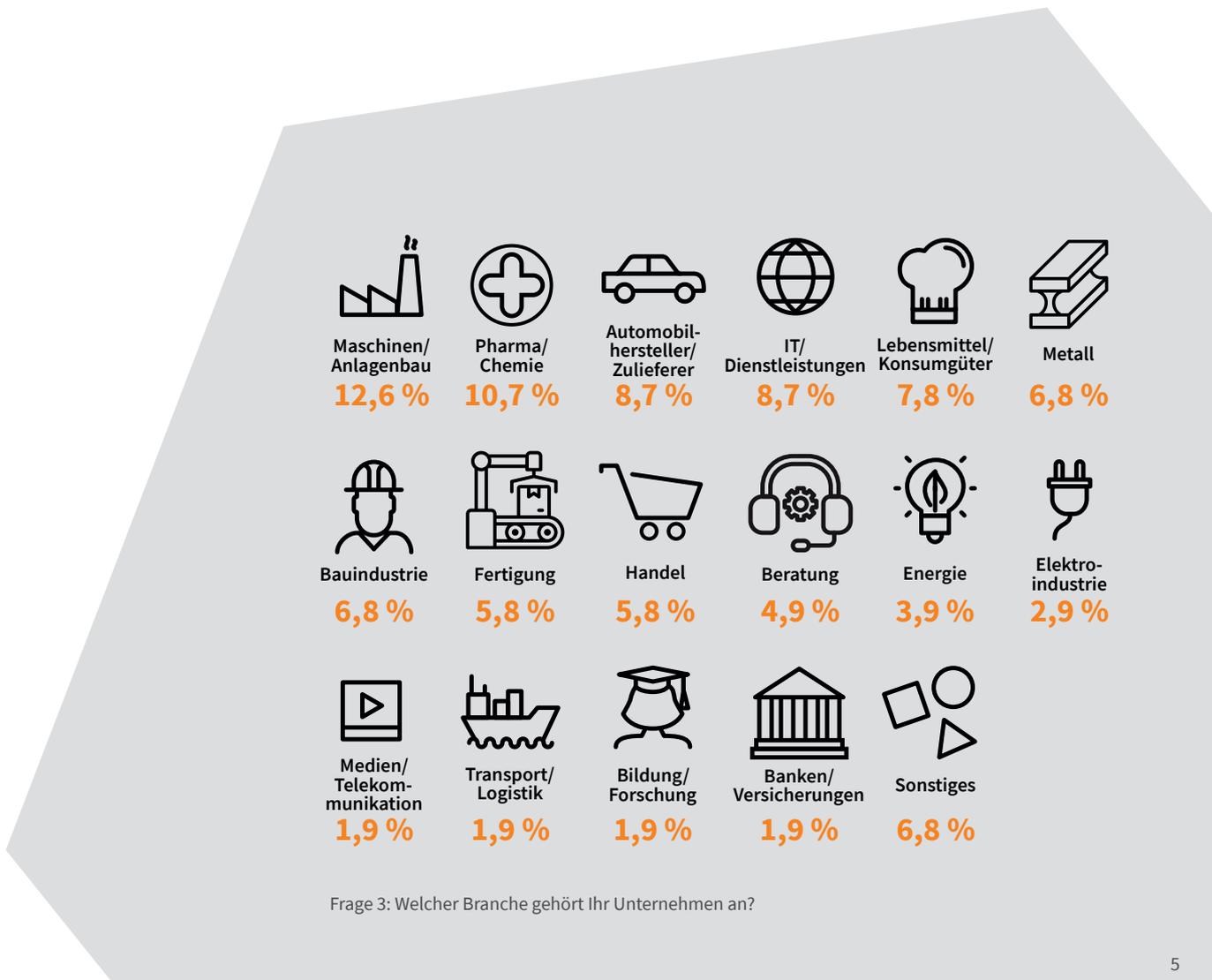
Dabei wird der qualitativen Definition in Bezug auf Eigentum, Leitung, Haftung und Risiko insofern Rechnung getragen, als dass auch familiengeführte Unternehmen mit bis zu 1 Mrd. EUR Jahresumsatz erfasst werden, die charakteristisch für den europäischen Mittelstand sind. Diese gliedern sich überwiegend in die Umsatzspanne von 100 Mio. bis 1 Mrd. EUR sowie zu 13,3 % in die Umsatzspanne von 50 bis 100 Mio. EUR. Knapp ein Viertel der Unternehmen gibt bei den Jahresumsätzen an, unter 50 Mio. EUR zu liegen (vgl. Frage 1).



Frage 1: Wie hoch war Ihr Jahresumsatz und Einkaufsvolumen 2024 in EUR weltweit?



Frage 2: Wie viele Mitarbeitende sind in Ihrem Unternehmen tätig?*



Frage 3: Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?

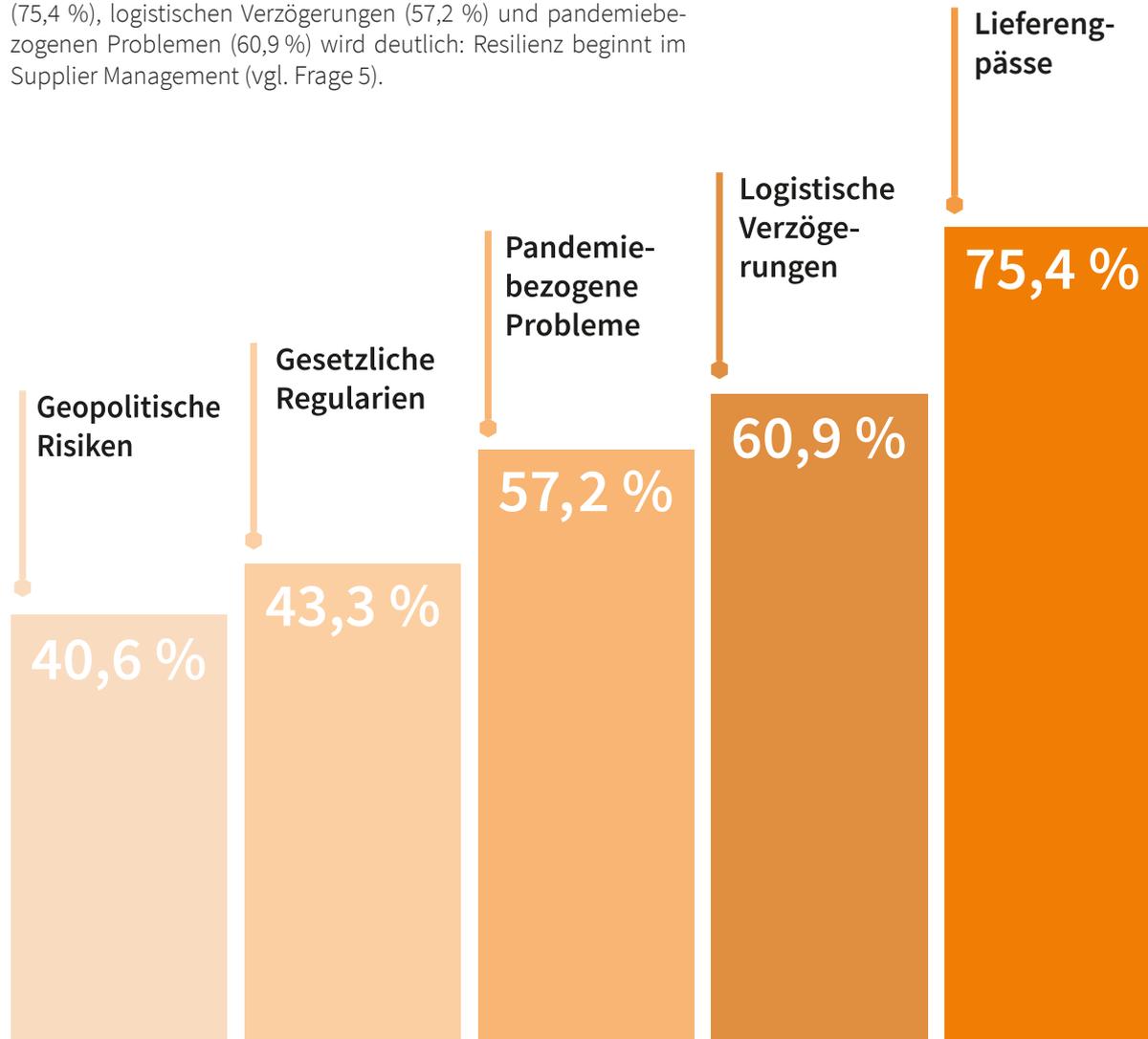
* Weitere Angaben auf S. 26



88,6 % der Unternehmen sehen die Fähigkeit, neue Lieferanten schnell zu integrieren, als Wachstumstreiber.

Frage 4: Wie wichtig ist die Fähigkeit, neue und innovative Lieferanten problemlos in Ihr Beschaffungsnetz zu integrieren, um zukünftiges Wachstum zu fördern? Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*

Lieferketten bleiben ein kritischer Erfolgsfaktor für den Mittelstand. 88,6 % der befragten Unternehmen bewerten die Fähigkeit, neue und innovative Lieferanten reibungslos ins Netzwerk zu integrieren, als zentral für das Unternehmenswachstum – für 13,1 % ist sie sogar geschäftskritisch (vgl. Frage 4). Besonders unter dem Eindruck jüngster Störungen wie Lieferengpässen (75,4 %), logistischen Verzögerungen (57,2 %) und pandemiebezogenen Problemen (60,9 %) wird deutlich: Resilienz beginnt im Supplier Management (vgl. Frage 5).



Frage 5: Welches waren die größten Lieferkettenstörungen, die Ihr Unternehmen in den letzten 2-3 Jahren erlebt hat? (Mehrfachauswahl möglich)*



Um dieser Komplexität gerecht zu werden, kommt der intelligenten Nutzung von Lieferantendaten eine wachsende Bedeutung zu. Über 62,8 % der Befragten stufen ein datengestütztes Lieferantenmanagement – etwa durch KPI-Tracking und Echtzeiteinblicke – als wichtig oder sogar kritisch für stabile Lieferantenbeziehungen ein (vgl. Frage 6). Weitere 24,5 % sehen zumindest eine gewisse Relevanz. Der Trend ist eindeutig: Unternehmen erkennen zunehmend den strategischen Wert datenbasierter Steuerung, gerade in dynamischen Märkten.

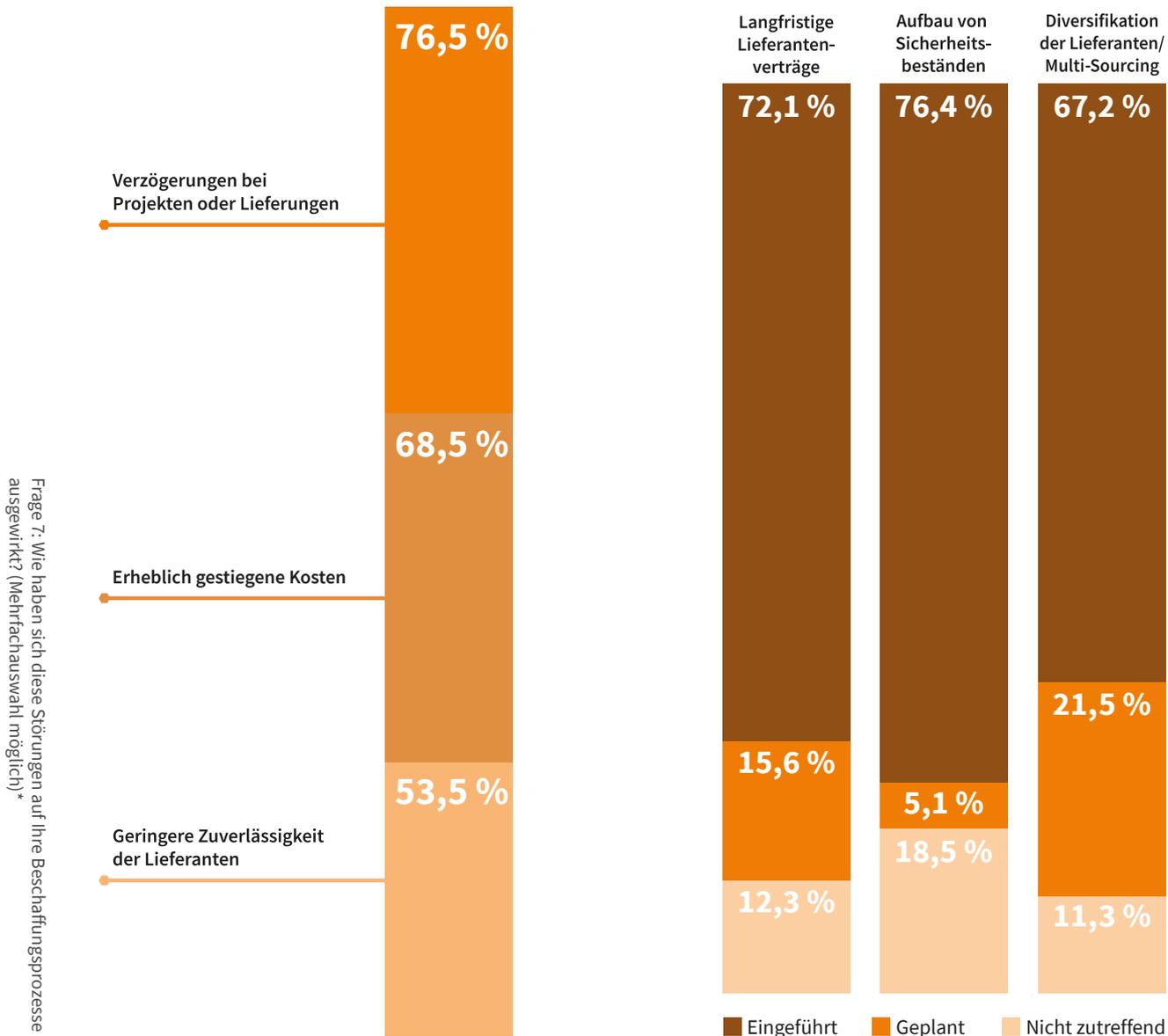


Frage 6: Wie wichtig ist ein datengestütztes Lieferantenmanagement (z. B. Verfolgung von KPIs, Einblicke in Echtzeit) für die Aufrechterhaltung guter Lieferantenbeziehungen?



Unternehmen setzen auf langfristige Lieferantenverträge zur Stabilisierung sowie auf Sicherheitsbestände zur operativen Absicherung und regionales Sourcing zur Risikodiversifizierung ihrer Lieferketten.

Im operativen Geschäft zeigen sich die Folgen mangelnder Resilienz deutlich: verspätete Lieferungen (76,5%), steigende Kosten (68,5%) und Vertrauensverluste gegenüber etablierten Lieferanten (53,5%) (vgl. Frage 7). Um diesen Entwicklungen aktiv zu begegnen, setzen viele Organisationen auf eine Kombination bewährter Risikomanagement-Maßnahmen.



Frage 8: Haben Sie Strategien zur Risikominderung wie die folgenden eingeführt oder planen Sie, diese einzuführen? (Mehrfachauswahl möglich)*

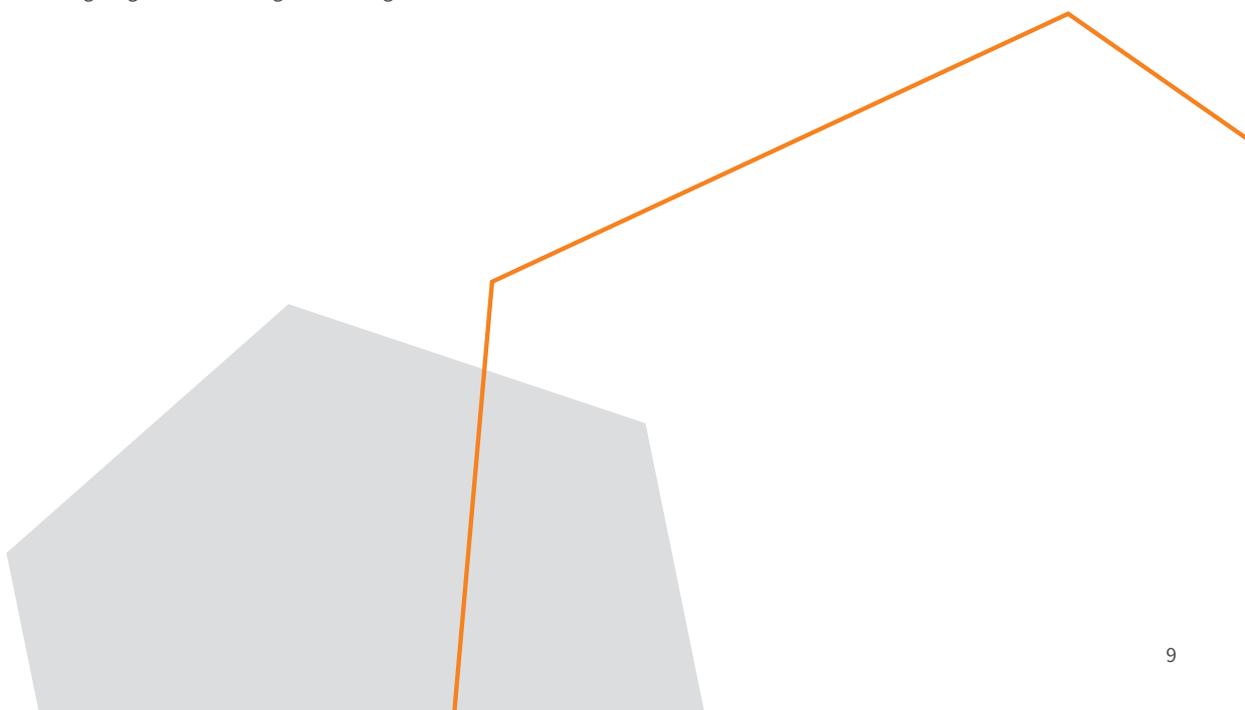


Dazu zählen langfristige Lieferverträge (72,1 %), der Aufbau von Sicherheitsbeständen (76,4 %) sowie die stärkere Verlagerung der Beschaffung auf regionale Märkte (64,8 %) (vgl. Frage 8). Gerade in Krisenzeiten haben sich diese Strategien als wirkungsvoll zur Diversifizierung und Absicherung der Lieferketten erwiesen. Gleichzeitig bringen sie neue Herausforderungen mit sich: Sicherheitsbestände erhöhen die Lager- und Kapitalbindungskosten, Multi Sourcing steigert den administrativen Aufwand und erschwert die Synchronisation, was ebenfalls zu höheren Beständen führen kann.

Ein durchgängiges Lieferanten-Onboarding in einem einheitlichen Netzwerk würde laut 42,9 % der Befragten die Resilienz signifikant stärken (vgl. Frage 9). Unternehmen, die frühzeitig auf transparente Prozesse setzen, schaffen damit die Grundlage für Zukunftssicherheit. Entscheidend dafür sind strategische Partnerschaften, gemeinsame Entwicklungsprojekte, Innovationskooperationen und kontinuierliche Leistungsbewertungen. So lässt sich die Zuverlässigkeit objektiv messen und gezielt verbessern.

Durchgängiges Lieferanten-Onboarding ist für jedes dritte Unternehmen ein Schlüsselfaktor für mehr Resilienz.

Frage 9: Welche Auswirkungen hätte ein nahtloses Lieferantenmanagement und Onboarding in einem einheitlichen Netzwerk auf die Verbesserung der Resilienz Ihres Unternehmens? Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*

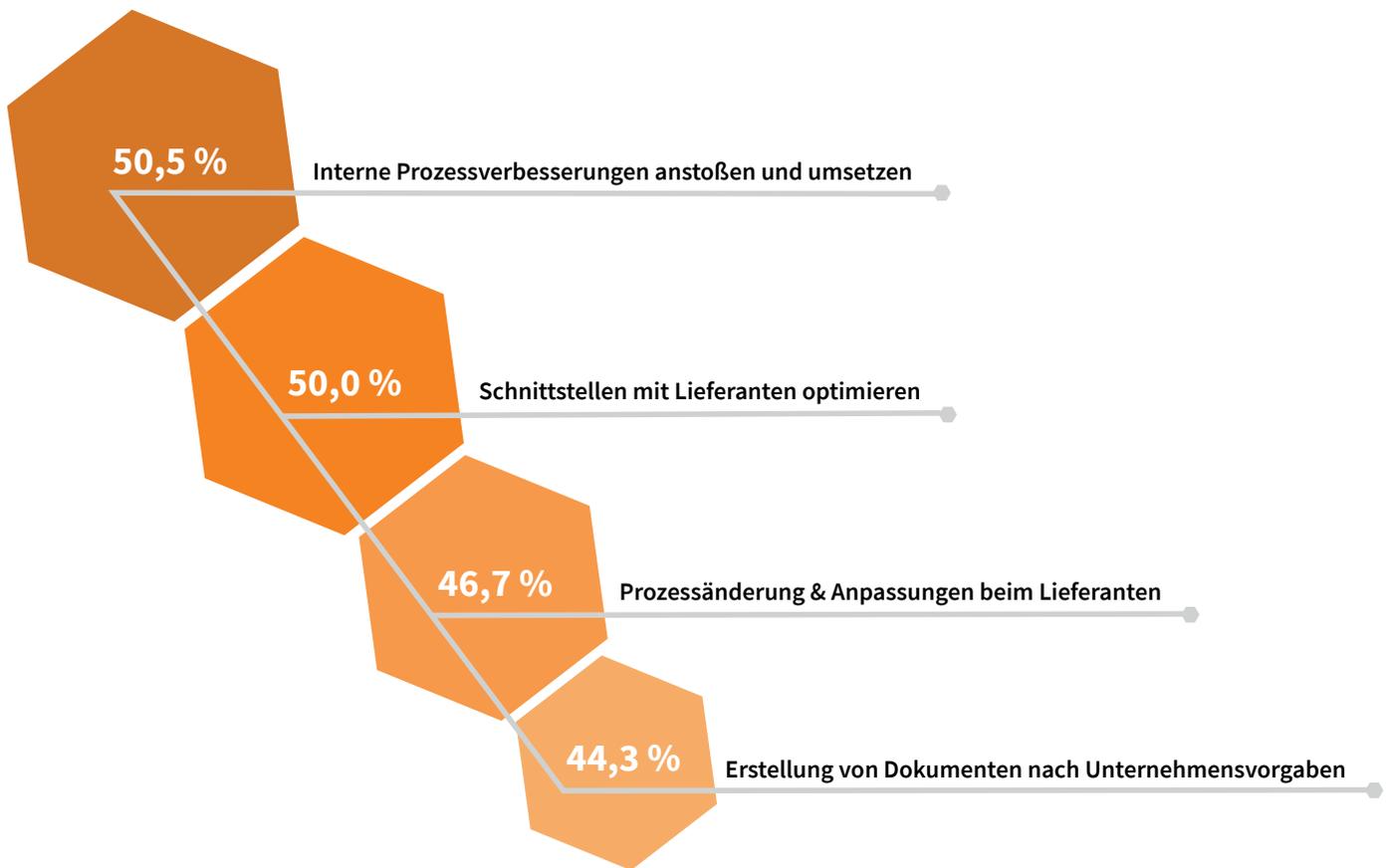




Daten, die im Rahmen des Lieferantenmanagements erhoben werden, sind weit mehr als reine Dokumentationsgrundlage – sie dienen als zentrales Steuerungselement für Prozesse, Schnittstellen und strategische Entscheidungen. 50,5 % der Unternehmen nutzen diese Daten, um interne Prozessverbesserungen anzustoßen, fast ebenso viele optimieren damit gezielt die Schnittstellen zu ihren Lieferanten (50 %). Weitere 46,7 % setzen die Informationen ein, um Veränderungen direkt beim Lieferanten anzustoßen, etwa zur Anpassung von Abläufen oder zur Einhaltung von Standards (vgl. Frage 10).

Trotz dieser vielfältigen Anwendungsbereiche bleibt ein Großteil der Datennutzung noch stark rückblickend und fragmentiert. 44,3 % verwenden die Informationen in erster Linie für die Erstellung von Dokumenten nach Unternehmensvorgaben – ein Indiz dafür, dass viele Potenziale für die Echtzeitsteuerung und proaktive Steuerung noch nicht ausgeschöpft sind.

Dabei liegt genau hier der Schlüssel für resiliente und zukunftsfähige Lieferketten: Wenn Lieferantendaten nicht nur gesammelt, sondern auch in Echtzeit analysiert und in operative Entscheidungen integriert werden, lassen sich Risiken schneller erkennen, Prozesse dynamischer anpassen und Kooperationen effektiver gestalten. Der nächste Entwicklungsschritt besteht daher darin, aus der reinen Datennutzung ein aktives, vernetztes Lieferantenmanagement in Echtzeit zu machen.



Frage 10: Wofür nutzen Sie Daten, die im Rahmen Ihres Lieferantenmanagements erhoben werden?



Zukunftsblick: Lieferantenmanagement neu denken

Der Aufbau resilienter Lieferketten beginnt lange vor der eigentlichen Krise – nämlich bei der strategischen Ausrichtung des Lieferantenmanagements. Sich ausschließlich auf operative Maßnahmen zu verlassen und reaktiv zu handeln, ist kein nachhaltiger Ansatz. Vielmehr geht es darum, ein proaktives Risikomanagement zu etablieren, das auf digitalen Prozessen, verlässlichen Daten und starken Partnerschaften basiert.

Prof. Dr. Stephan Höfer von der ESB Business School bringt es auf den Punkt: „Resilienz entsteht nicht durch Kontrolle, sondern durch strukturierte, digitale Zusammenarbeit. Unternehmen müssen lernen, Lieferanten als strategische Partner in einem vernetzten System zu führen, nicht als isolierte Glieder einer Kette.“

Die Aussage macht deutlich: Wer resilient sein will, muss frühzeitig die Weichen stellen, und zwar mit klaren Onboarding-Prozessen, transparenter Kommunikation und kontinuierlicher Leistungsbewertung. Ein ganzheitlicher Blick auf Lieferantenbeziehungen ist entscheidend, um im Ernstfall schnell und fundiert reagieren zu können.



51,7 % der Unternehmen bewerten die Zusammenarbeit mit Lieferanten nur als mäßig kollaborativ, meist operativ geprägt. Nur 32,8 % erleben eine wirklich partnerschaftliche, innovationsorientierte Zusammenarbeit – ein klares Zeichen für ungenutztes Potenzial.

Frage 11: Wie würden Sie den aktuellen Stand der Zusammenarbeit mit Ihren wichtigsten Lieferanten beschreiben? Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*

74,3 %

Bewertung von Lieferantenrisiken

Derzeit beschreibt die Hälfte der Unternehmen die Zusammenarbeit mit Lieferanten als „mäßig kollaborativ“, 12,1 % sogar als schwach (vgl. Frage 11). Ursache dafür sind möglicherweise fehlende digitale Schnittstellen - eine Erkenntnis, die sich durch die gesamte Studie zieht. Die Kommunikation erfolgt damit manuell und unsystematisch. Das erschwert nicht nur die Zusammenarbeit, sondern verhindert auch einen strategischen, proaktiven Umgang mit Risiken. Unternehmen sollten daher verstärkt in standardisierte und digitalisierte Onboarding-Prozesse investieren, um neue Lieferanten effizient und regelkonform zu integrieren. Dies schafft Transparenz und reduziert operative Risiken bereits zu Beginn der Zusammenarbeit.

Knapp 75 % der Unternehmen setzen Technologien zur Bewertung von Lieferantenrisiken ein, nur ein Viertel nutzen Plattformen für die Zusammenarbeit mit Suppliern (vgl. Frage 12). Gefragt nach digitalen Werkzeugen nutzt nur eins von vier Unternehmen eine Plattform zur Zusammenarbeit mit Lieferanten. 41,8 % der Unternehmen setzen vor allem auf klassische Lieferantenscorecards zur Leistungsbewertung, weitere 28,9 % planen sie einzuführen (vgl. Frage 14). Diese Scorecards ermöglichen eine kontinuierliche, datenbasierte Beurteilung und sind derzeit das am weitesten verbreitete Tool im Supplier Management.

25,7 %

Plattformen für die Zusammenarbeit

17,6 %

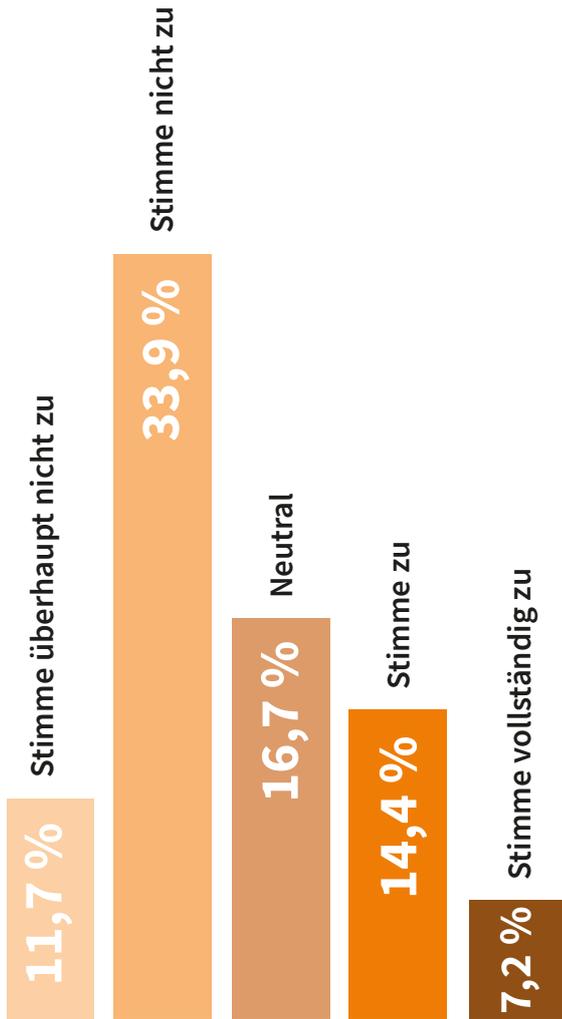
Predictive Analytics

12,3 %

Datenüberwachung in Echtzeit

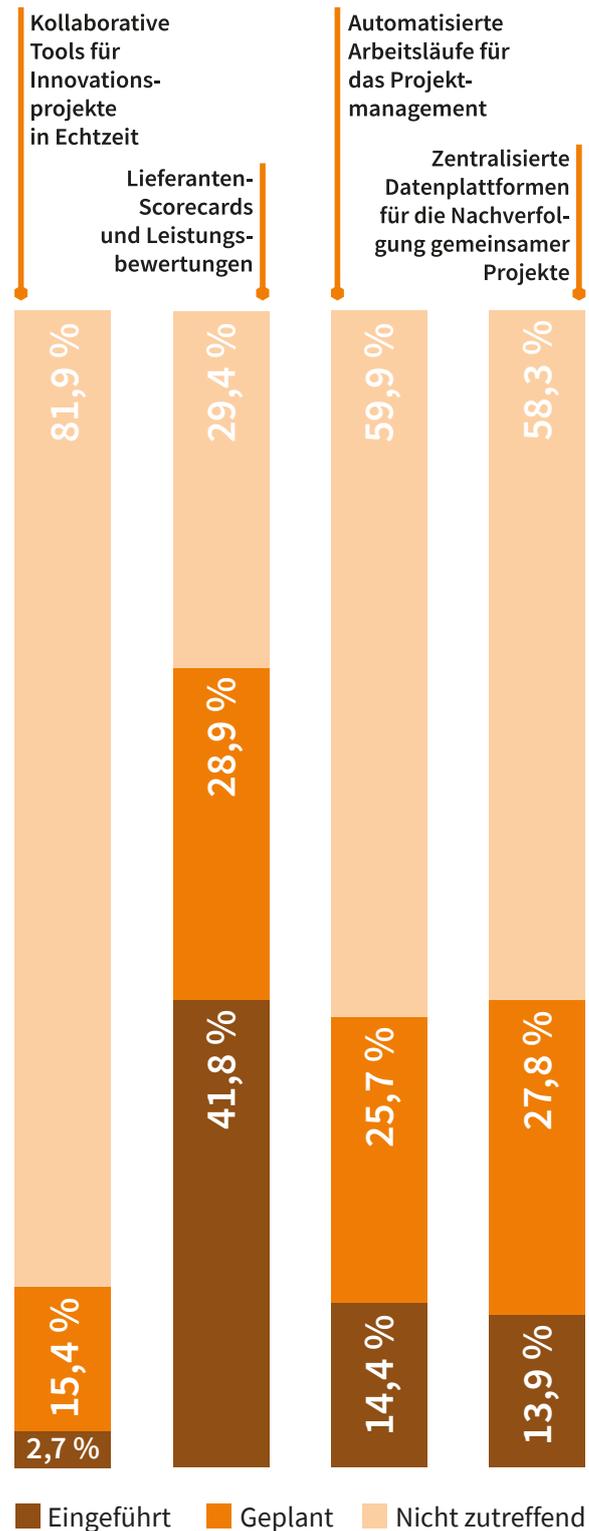
Frage 12: Welche Technologien setzen Sie derzeit zur Bewertung und zum Management von Risiken in der Lieferkette ein? (Mehrfachauswahl möglich)*

* Weitere Angaben auf S. 26



Frage 13: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Meine aktuelle Beschaffungsplattform ist effektiv bei der Verwaltung von Lieferantenrisiken.

Dennoch gibt es Raum für Optimierung. Die Tatsache, dass 45,6 % der Befragten ihre aktuellen Beschaffungsplattformen bei der Verwaltung von Lieferantenrisiken als wenig effektiv einschätzen, unterstreicht die Bedeutung gezielter Investitionen in geeignete Tools (vgl. Frage 13). Auch andere zentrale Werkzeuge – etwa kollaborative Tools für Innovationsprojekte (81,9 %), automatisierte Arbeitsabläufe für Projektmanagement (59,9 %) oder zentralisierte Datenplattformen für die Nachverfolgung gemeinsamer Projekte (58,3 %) – kommen kaum zum Einsatz (vgl. Frage 14).



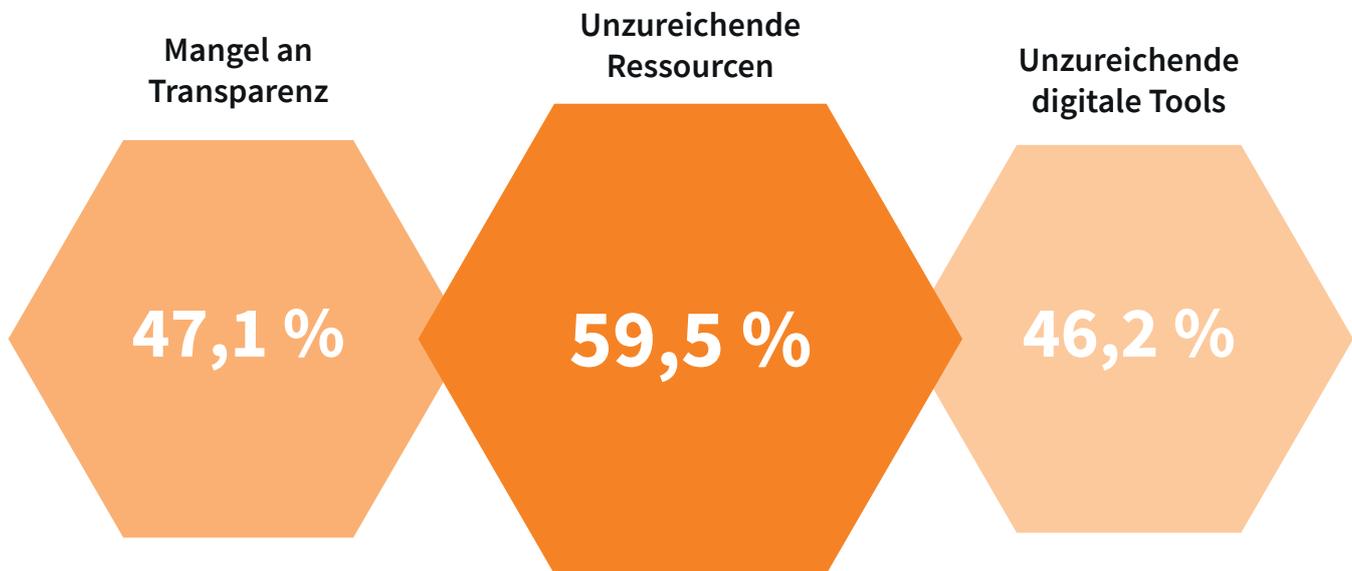
Frage 14: Haben Sie digitale Tools für die Zusammenarbeit mit Lieferanten wie die folgenden eingeführt oder planen Sie, diese einzuführen?



Die fehlende Digitalisierung wirkt sich auch indirekt auf andere Herausforderungen aus, allen voran auf die mangelnde Transparenz. Ohne digitale Plattformen fehlt die nötige Sichtbarkeit: 47,1 % der Befragten sehen fehlende Transparenz als zentrales Hindernis für eine effektivere Zusammenarbeit mit Lieferanten. Noch deutlicher zeigt sich der Engpass bei den Ressourcen. 59,5 % nennen unzureichende personelle oder zeitliche Mittel als Hürde. Genannt werden insbesondere Zeitmangel, Kostendruck und fehlende Kapazitäten (vgl. Frage 15).

Digitale Lösungen können genau hier ansetzen: Sie kompensieren fehlende Ressourcen durch Automatisierung, beschleunigen Prozesse und reduzieren manuellen Aufwand, wodurch Zeit gewonnen und FTEs eingespart werden können. Neben Automatisierung spielen auch intelligente Workflows und systemgestütztes Monitoring eine zentrale Rolle. Für mehr Planungsgenauigkeit setzen Unternehmen auf historische Daten: 24,4 % geben an, dass Predictive Analytics die Planungsgenauigkeit verbessert hat (vgl. Frage 16).

Fast die Hälfte nennt unzureichende digitale Tools als Haupt-Hindernis für bessere Zusammenarbeit.



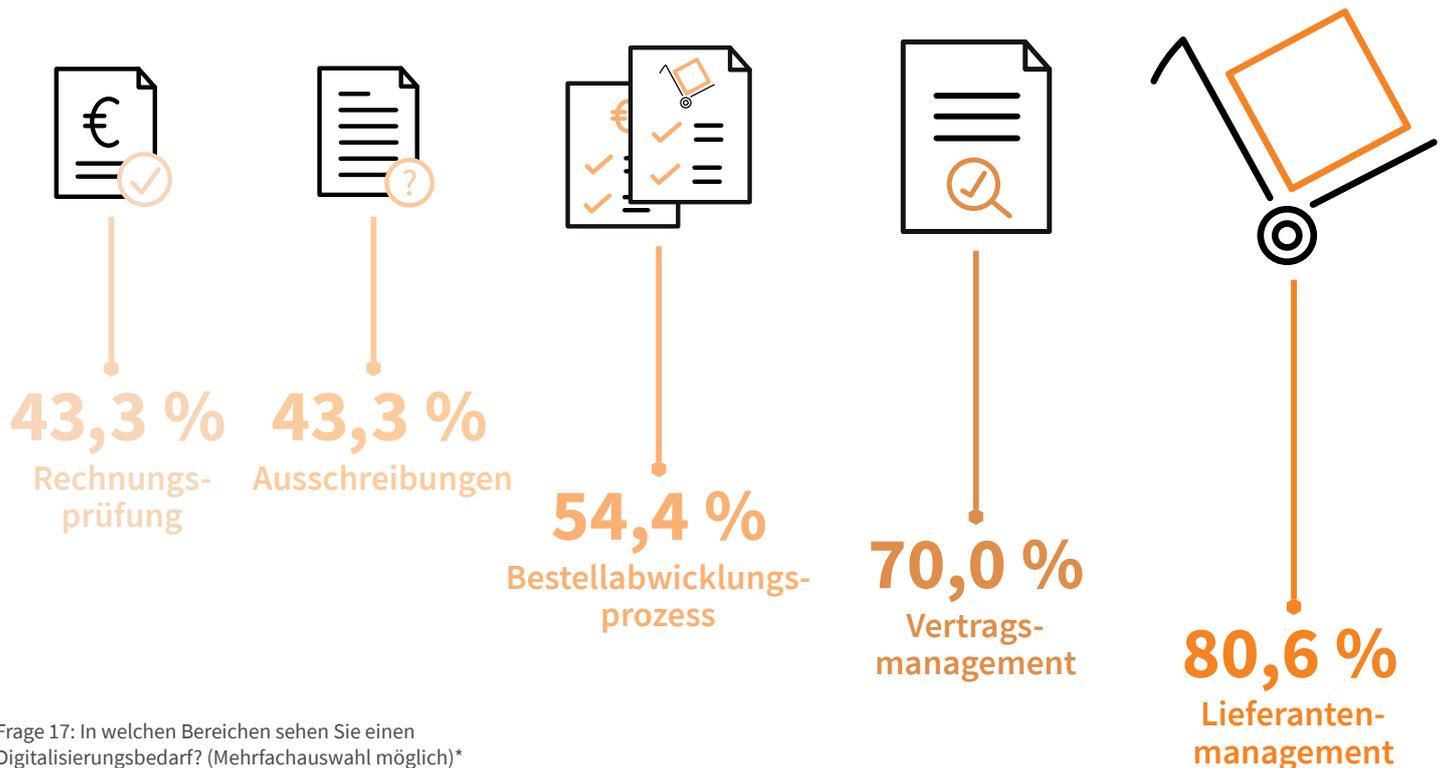
Frage 15: Was sind die größten Hindernisse für eine bessere Zusammenarbeit mit Ihren Lieferanten? (Mehrfachauswahl möglich)*

Für 24,4 % der Befragten hat der Einsatz von Predictive Analytics die Planungsgenauigkeit spürbar verbessert – sie stimmten der Aussage vollständig oder teilweise zu. Ein Großteil der Unternehmen (46 %) gab allerdings an, dass diese Technologie für sie derzeit nicht relevant ist.

Frage 16: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Der Einsatz von Beschaffungstechnologien mit Predictive Analytics (Nutzung aktueller und historischer Daten zur Vorhersage von Entwicklungen) hat die Planungsgenauigkeit verbessert. Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*



Lieferantenmanagement ist und bleibt der Bereich mit dem größten Digitalisierungsbedarf (80,6 %), gefolgt von Vertragsmanagement (70 %).



Frage 17: In welchen Bereichen sehen Sie einen Digitalisierungsbedarf? (Mehrfachauswahl möglich)*

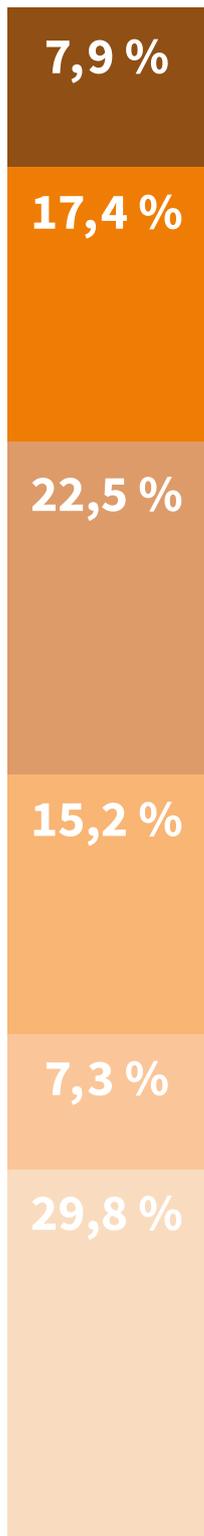
Interessanterweise bleibt das Lieferantenmanagement nun im dritten Jahr in Folge der Bereich mit dem größten Digitalisierungsbedarf (vgl. Frage 17). Das überrascht kaum. Überraschend ist jedoch, dass dieser Bereich seit Jahren als Schlüssel für mehr Resilienz und als zentrales Werkzeug im Risikomanagement gilt, obwohl genau dort oft noch digitaler Nachholbedarf besteht. Denn eines ist klar: Die Lieferkette zählt zu den größten Risikofaktoren für Unternehmen. 80,2 % der Befragten halten die Zusammenarbeit mit Lieferanten für essenziell für ihr Risikomanagement (vgl. Frage 18, S. 16). Digitale Lösungen wirken hier als Katalysator sowohl für ein proaktives Risikomanagement als auch für eine stärkere, kollaborative Zusammenarbeit mit Lieferanten.

Unternehmen sollten deshalb gezielt in plattformbasierte Lösungen investieren, die Lieferantendaten, Kommunikation, Dokumentation und Risikobewertung in einem System vereinen. Diese Tools ermöglichen eine ganzheitliche Sicht auf die Supply Chain und erleichtern eine schnelle Reaktion auf Störungen. Um die Effektivität solcher Systeme zu erhöhen, empfiehlt sich zudem die Automatisierung kritischer Workflows, beispielsweise in der Eskalation bei Abweichungen oder bei der Kommunikation im Störfall.



80,2 % der Unternehmen sehen in der Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten einen wichtigen Faktor für ein effektives Risikomanagement.

Frage 18: Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit Lieferanten für Ihr Risikomanagement?
Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*



- Stimme vollständig zu
- Stimme zu
- Neutral
- Stimme nicht zu
- Stimme überhaupt nicht zu
- Nicht zutreffend

Frage 19: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Mittels Digitalisierung wurden die Unterbrechungen in unserer Lieferkette wirksam reduziert.

Unsere Studie belegt: Digitalisierung kann wirken. Rund ein Viertel der Befragten gab an, durch digitale Maßnahmen Unterbrechungen in der Lieferkette bereits erfolgreich reduziert zu haben. Allerdings blieb für knapp 22 % der gewünschte Effekt aus, da sich nicht alle Herausforderungen digital lösen ließen (vgl. Frage 19).

Woran liegt das? Häufig bremsen fehlende Systemintegrationen, eingeschränkte Funktionalitäten oder ein weiterhin hoher manueller Aufwand den Nutzen digitaler Tools aus. Um das volle Potenzial zu entfalten, sollten Unternehmen ihre IT-Landschaft konsequent vernetzen. Ein weiterer Faktor ist, dass das Lieferantenmanagement trotz seiner zentralen Rolle im Risikomanagement in vielen Unternehmen noch nicht ausreichend digitalisiert ist (vgl. Frage 17, S. 15). Deshalb sollte das Ziel sein, Medienbrüche zu beseitigen und manuelle Prozesse so weit wie möglich zu automatisieren.

Fast ein Viertel konnte Unterbrechungen in der Lieferkette durch Digitalisierung erfolgreich reduzieren.



Zukunftsblick: Digitale Plattformen als Fundament für moderne Lieferantenbeziehungen

Der digitale Reifegrad entscheidet zunehmend über die Qualität und Stabilität von Lieferantenbeziehungen. Gerade in einem Umfeld wachsender Unsicherheiten wird deutlich: Ohne digitale Schnittstellen fehlt es an Transparenz und an der Fähigkeit zur echten Zusammenarbeit. Unternehmen, die auf integrierte Plattformlösungen setzen, schaffen Effizienz und gleichzeitig eine belastbare Grundlage für strategische Partnerschaften.

„Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Sie ist das Betriebssystem moderner Lieferketten. Ohne vernetzte Systeme bleiben Unternehmen blind für Risiken und taub für Chancen.“, ist Prof. Höfer überzeugt.

Erst durch die Kombination von automatisierten Workflows, zentraler Datenhaltung und intelligentem Monitoring entsteht ein Umfeld, das Transparenz, Geschwindigkeit und strategische Steuerung gleichermaßen ermöglicht. Plattformbasierte Lösungen, die Onboarding, Kommunikation und Risikomanagement bündeln, werden so zum zentralen Hebel für zukunftsfähige Zusammenarbeit im Einkauf.



KI ist Schlüsseltechnologie! 63,3 % sehen großes Potenzial für die Lieferantenkooperation.

Frage 20: Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach KI und Automatisierung für die Verbesserung der Zusammenarbeit mit Lieferanten und die Förderung von Innovationen in Beschaffungsprozessen? Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*

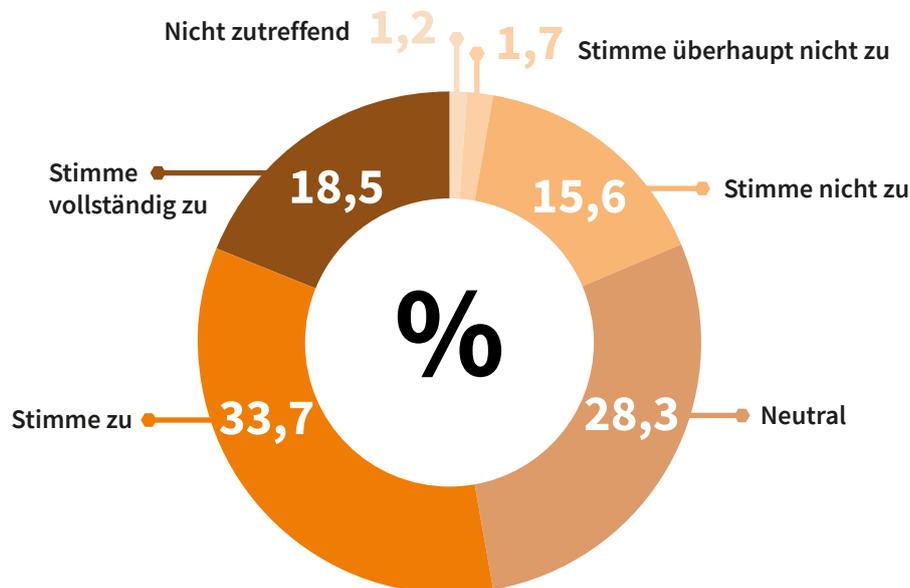
78,2 % erwarten, dass KI und Automatisierung die Zukunft der Beschaffung prägen werden.

Frage 21: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Die folgenden Faktoren werden die Zukunft der Beschaffung prägen: Einführung von KI und Automatisierung. Vollständige Ergebnisse der Frage im Anhang*

Der Blick in die Zukunft des Einkaufs zeigt eine klare Ausrichtung: Resilienz, Digitalisierung und partnerschaftliche Zusammenarbeit stehen im Mittelpunkt. Unternehmen wollen ihre Beschaffung strategisch weiterentwickeln und setzen dabei auf moderne Technologien, smarte Prozesse und nachhaltige Lieferantennetzwerke.

Zusammenarbeit mit Lieferanten ist das zentrale Werkzeug für Resilienz und Risikomanagement. 52,2 % der Befragten sehen die Echtzeit-Zusammenarbeit mit Lieferanten als entscheidend für die Zukunft des Einkaufs (vgl. Frage 22). Kein Wunder, denn eine nahtlose und datengestützte Lieferantenintegration verbessert nicht nur die Performance, sondern auch die Reaktionsfähigkeit bei externen Störungen. 80,2 % betonen den hohen Stellenwert der Zusammenarbeit im Risikomanagement und viele Unternehmen bestätigen, dass durchgängiges Lieferantenmanagement signifikant zur Stärkung ihrer Resilienz beitragen würde (vgl. Frage 9, S. 9 und Frage 18, S. 16).

Digitale Technologien wie Automatisierung und KI gelten dabei als Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit. Diese Einschätzung spiegelt sich auch in der starken Zustimmung zu ihrer zukünftigen Relevanz wider: Über drei Viertel der Teilnehmenden bewerten den Einfluss von KI und Automatisierung auf die Beschaffung als hoch, fast die Hälfte stimmt dem uneingeschränkt zu (vgl. Frage 21). Vor dem Hintergrund begrenzter Ressourcen – sei es Zeit, Personal oder Budget – wird klar: Zukunftsfähige Beschaffung braucht intelligente und automatisierte Prozessunterstützung.

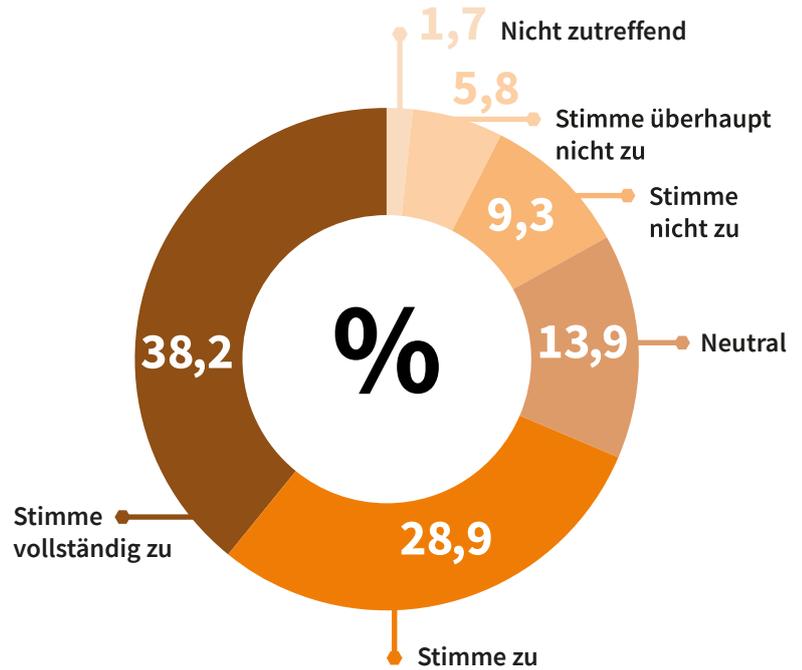


Frage 22: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Der folgende Faktor wird die Zukunft der Beschaffung prägen: Echtzeit-Zusammenarbeit und Innovationen mit Lieferanten

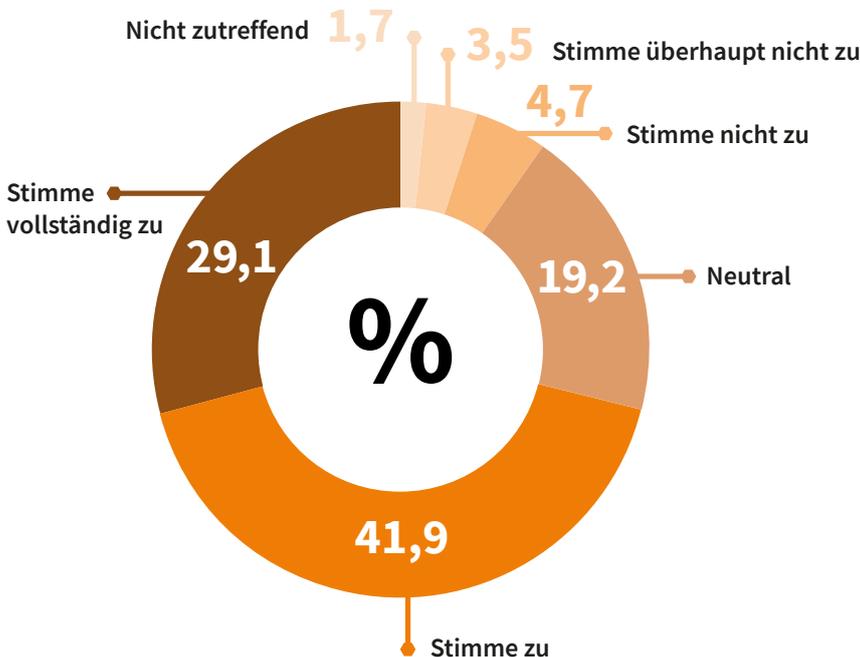


Besonders im Mittelstand ist dieses Bewusstsein stark ausgeprägt. 63,3 % der Befragten messen Automatisierung und KI eine hohe Bedeutung bei, wenn es um bessere Zusammenarbeit und mehr Innovationskraft im Einkauf geht (vgl. Frage 20). Auch die strategische Ausrichtung der Einkaufsplattformen folgt diesem Trend. Bis 2030 soll die eigene Beschaffungsplattform laut 67,1 % der Befragten fortschrittliche KI-Einblicke liefern und laut 71,0 % eine nahtlose Zusammenarbeit mit Lieferanten ermöglichen (vgl. Frage 23 und 24).

Der Fokus liegt auf Echtzeit-Daten, Dashboards und KPIs, die ein proaktives Monitoring entlang der gesamten Lieferkette ermöglichen, von Performance-Tracking über Risikoerkennung bis zur Einhaltung von Compliance-Vorgaben. KI unterstützt zusätzlich bei Nachfrageprognosen, der Bewertung von Versorgungsrisiken oder bei der Früherkennung von Abweichungen.



Frage 23: Es ist wichtig, dass sich Beschaffungsplattformen bis 2030 in folgendem Bereich weiterentwickeln: Bereitstellung fortschrittlicher KI-gesteuerter Einblicke

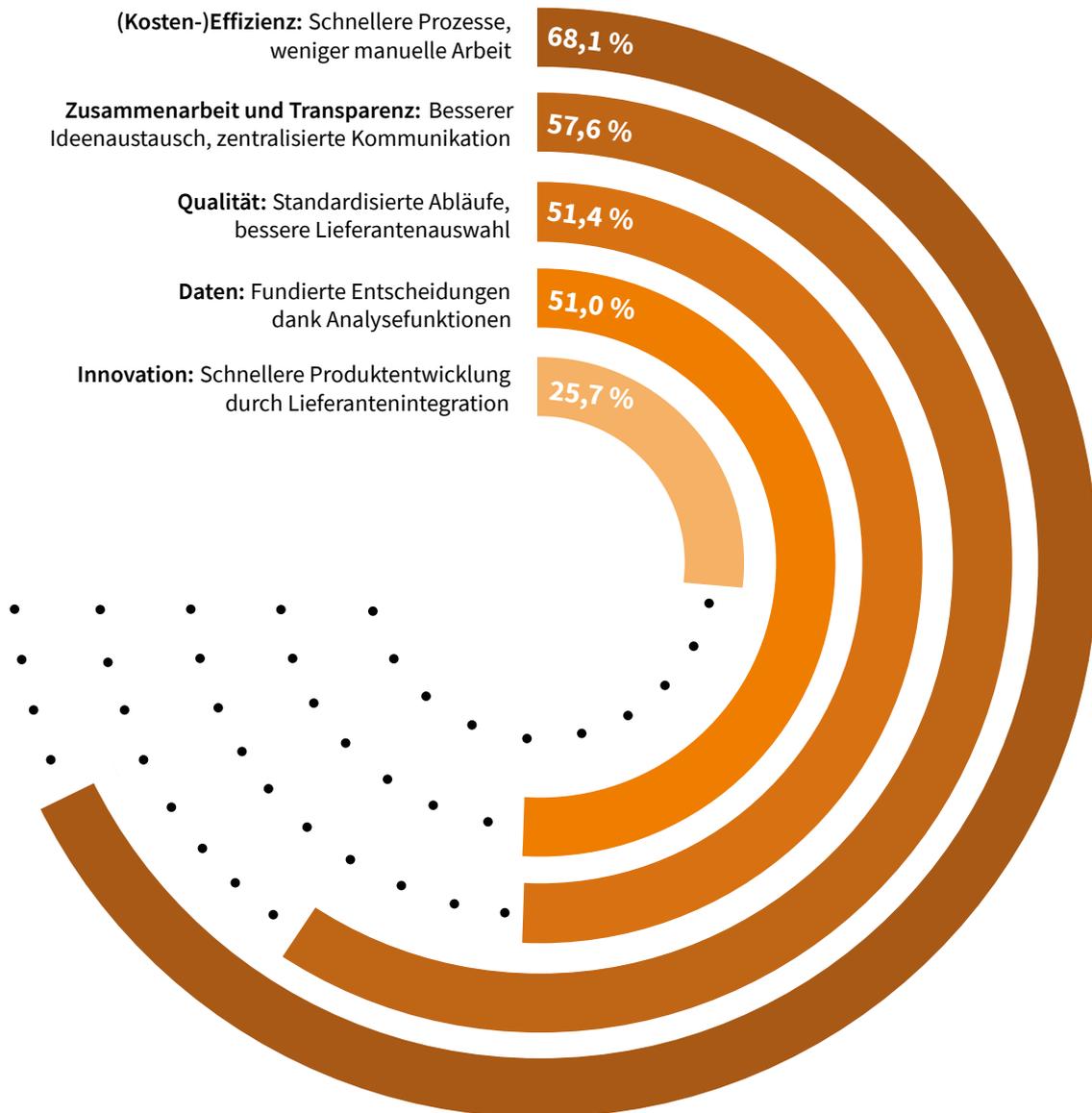


Frage 24: Es ist wichtig, dass sich Beschaffungsplattformen bis 2030 in folgendem Bereich weiterentwickeln: Ermöglichung nahtloser Zusammenarbeit mit Lieferanten



Mittelständische Unternehmen haben besonders die Vorteile integrierter Plattformen erkannt, auf denen Einkäufer und Lieferanten direkt kommunizieren, Ideen austauschen und Projekte gemeinsam steuern können. 68,1 % der Befragten sehen darin einen klaren Vorteil in Form von (Kosten-)Effizienz durch schnellere Prozesse und reduziertem manuellen Aufwand. Weitere zentrale Mehrwerte liegen in verbesserter Zusammenarbeit und Transparenz (57,6 %), standardisierten Abläufen und besserer Lieferantenauswahl (51,4 %) sowie fundierteren Entscheidungen dank datenbasierter Analysen (51 %) (vgl. Frage 25).

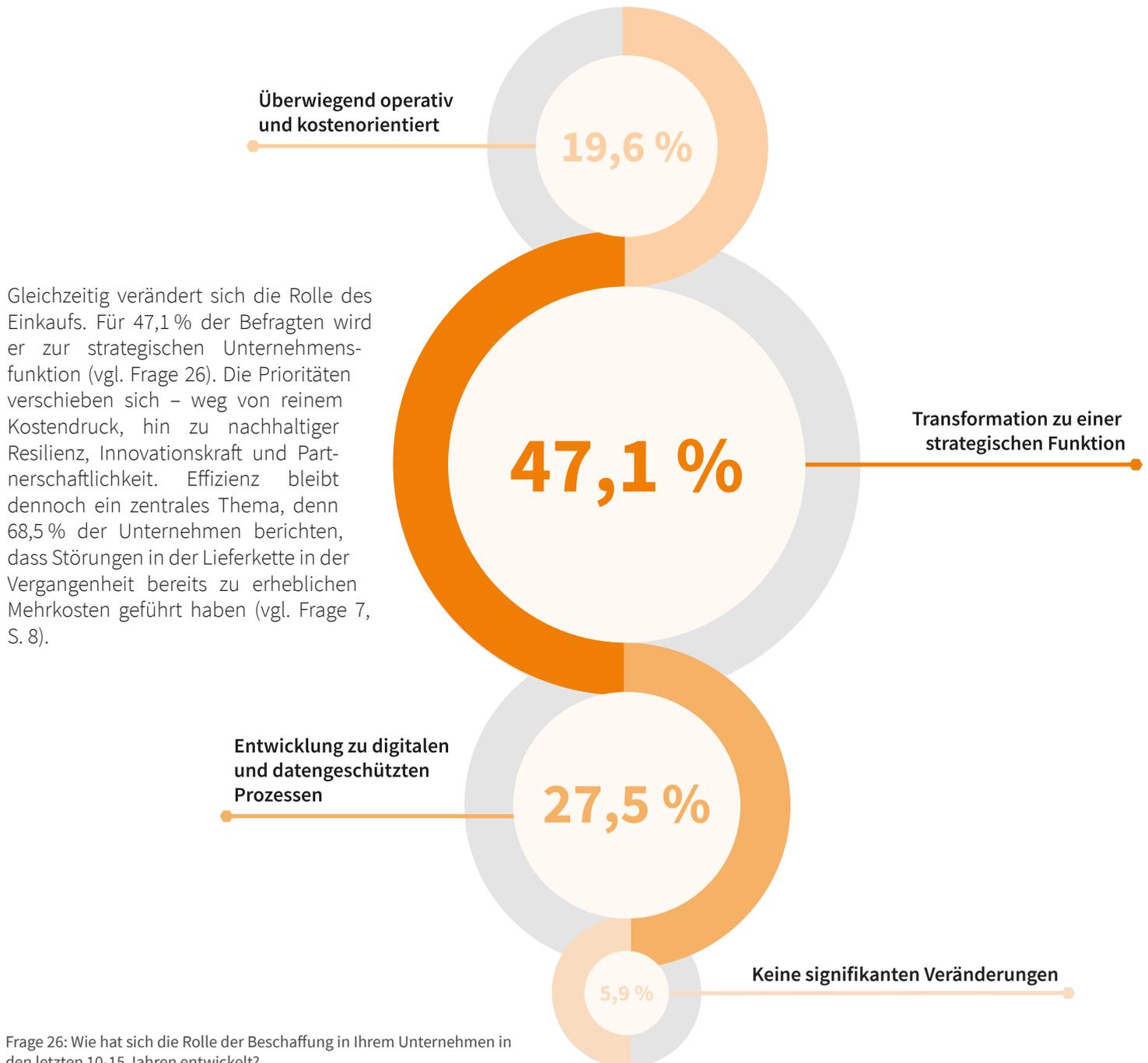
Die Innovationskraft durch integrierte Lieferanten spielt für 25,7 % eine bedeutende Rolle – insbesondere bei der beschleunigten Produktentwicklung. Die Zahlen belegen: Integrierte Plattformen sind nicht nur Kommunikationsmittel, sie fungieren auch als Treiber für Effizienz, Qualität und Innovation im Einkauf.



Frage 25: Welche Vorteile sehen Sie in integrierten Plattformen für die Zusammenarbeit mit Lieferanten, auf der Einkäufer und Lieferanten kommunizieren, Ideen austauschen und Projekte gemeinsam verwalten können? (Mehrfachauswahl möglich)

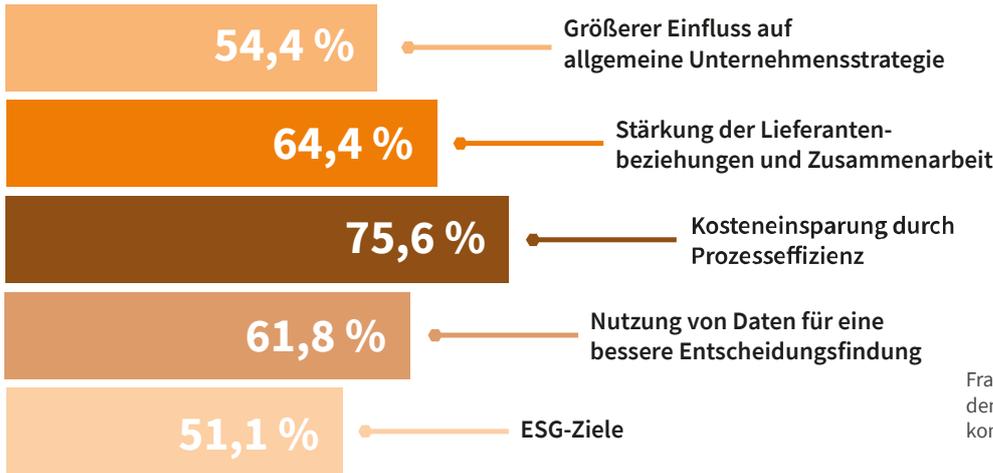


47,1 % der Befragten bestätigen, dass sich die Rolle der Beschaffung in ihrem Unternehmen strategisch weiterentwickelt hat.



Gleichzeitig verändert sich die Rolle des Einkaufs. Für 47,1 % der Befragten wird er zur strategischen Unternehmensfunktion (vgl. Frage 26). Die Prioritäten verschieben sich – weg von reinem Kostendruck, hin zu nachhaltiger Resilienz, Innovationskraft und Partnerschaftlichkeit. Effizienz bleibt dennoch ein zentrales Thema, denn 68,5 % der Unternehmen berichten, dass Störungen in der Lieferkette in der Vergangenheit bereits zu erheblichen Mehrkosten geführt haben (vgl. Frage 7, S. 8).

Frage 26: Wie hat sich die Rolle der Beschaffung in Ihrem Unternehmen in den letzten 10-15 Jahren entwickelt?



Frage 27: Auf welche strategischen Schwerpunkte werden sich die Beschaffungsteams im nächsten Jahrzehnt konzentrieren? (Mehrfachauswahl möglich)

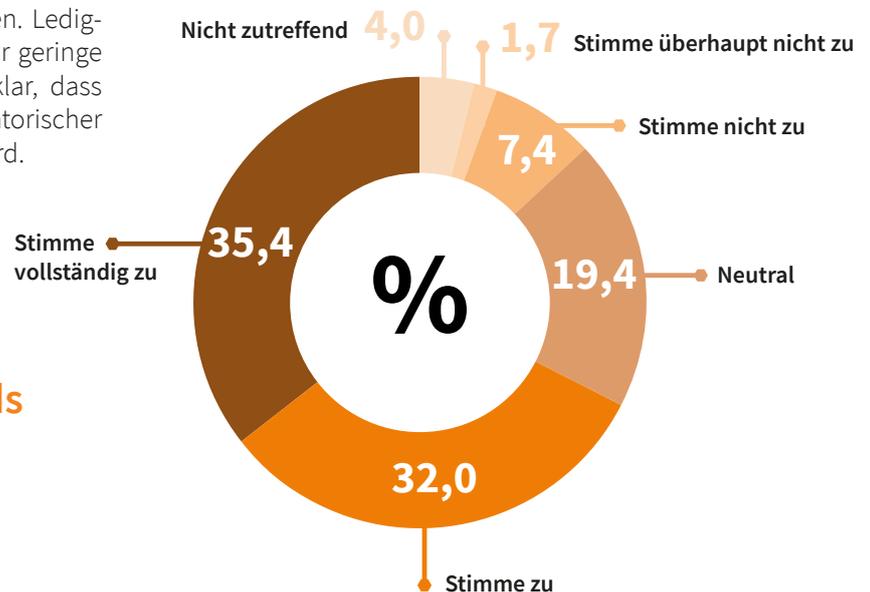
Das Interesse an Kostensenkungen durch Prozesseffizienz bleibt mit 75,6 % weiterhin hoch – wenig überraschend, da gestiegene Kosten eine der zentralen Folgen früherer Lieferkettenstörungen waren (vgl. Frage 27).

Nachhaltigkeit zeichnet sich jedoch klar als weiterer Trend ab und gewinnt zunehmend an Bedeutung, nicht nur als Compliance-Thema, sondern als strategischer Erfolgsfaktor. Mehr als die Hälfte der Unternehmen plant, sich im kommenden Jahrzehnt verstärkt auf ESG-Ziele in ihren Beschaffungsteams zu fokussieren (51,1 %) (vgl. Frage 27). Zudem erwarten 67,4 % der Befragten, dass ESG-Kriterien künftig einen maßgeblichen Einfluss auf die Beschaffung haben werden. Lediglich 9,1 % messen dem Thema derzeit keine oder nur geringe Relevanz bei (vgl. Frage 28). Diese Zahlen zeigen klar, dass Nachhaltigkeit in ökologischer, sozialer und regulatorischer Hinsicht zu einer geschäftsrelevanten Anforderung wird.

ESG entwickelt sich zur messbaren und steuerbaren Größe. CO₂-Fußabdrücke, Arbeitsbedingungen, Compliance-Risiken oder Lieferantenbewertungen lassen sich systematisch erfassen und gezielt in die Steuerung der Lieferantenbeziehungen integrieren.

Unternehmen, die Nachhaltigkeit konsequent in ihre Beschaffung integrieren, schaffen Transparenz und stärken gleichzeitig ihre Resilienz und Innovationsfähigkeit, da nachhaltige Lieferketten nachweislich stabiler, anpassungsfähiger und zukunftssicherer sind.

35,4 % der Befragten sehen Nachhaltigkeit und ESG-Standards als zentralen Bestandteil ihrer künftigen Beschaffungsstrategie.



Frage 28: In welchem Maße stimmen Sie diesen Aussagen zu? Die folgenden Faktoren werden die Zukunft der Beschaffung prägen: Nachhaltigkeit & Einhaltung von ESG-Standards



Zukunftsblick: Vom Kostenfaktor zum Innovationsmotor

Die Rolle des Einkaufs verändert sich grundlegend. Weg vom klassischen Kostenkontrolleur entwickelt sich der Einkauf zunehmend zur strategischen Drehscheibe für Innovation, Nachhaltigkeit und Resilienz. Entscheidend hierfür ist der intelligente Einsatz digitaler Technologien, die Prozesse nicht nur automatisieren, sondern auch neue Spielräume für Zusammenarbeit eröffnen.

Prof. Höfer beschreibt diese Entwicklung so: „Der Einkauf wird zum Motor für Innovation und Wandel – vorausgesetzt, Unternehmen verstehen ihn nicht länger als reine Kostenstelle, sondern als integralen Bestandteil ihrer Wertschöpfungsstrategie.“

Das bedeutet auch: Plattformen, die Lieferantendaten, Kommunikation und Risikomanagement zentral bündeln, gewinnen an Bedeutung. Kombiniert mit Automatisierung, KI und Nachhaltigkeitsmonitoring ermöglichen sie es, fundierte Entscheidungen zu treffen und gleichzeitig Ressourcen effizienter einzusetzen.



Schlusswort

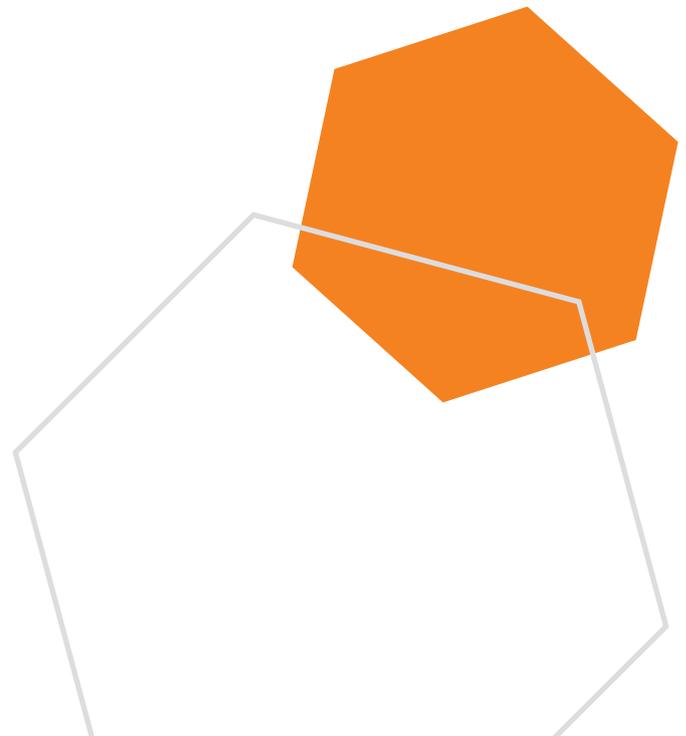
Die Ergebnisse des diesjährigen Einkaufsbarometers bestätigen, was sich bereits seit Jahren abzeichnet: Ohne Digitalisierung ist ein resilienterer, strategisch ausgerichteter Einkauf nicht mehr denkbar. Unternehmen, die ihre Beschaffung ganzheitlich betrachten, setzen auf digitale Prozesse, treffen Entscheidungen auf Basis valider Daten und nutzen Plattformlösungen, die weit über einfache Automatisierung hinausgehen. Resilienz ist dabei sowohl Voraussetzung als auch Ziel – für stabile Lieferketten, frühzeitige Risikoerkennung und eine enge Zusammenarbeit mit Lieferanten.

Digitale Werkzeuge und Plattformen treiben diese Entwicklung voran. Besonders im Mittelstand gewinnen Künstliche Intelligenz und Automatisierung zunehmend an Bedeutung. Sie sind keine kurzfristigen Trends, sondern essenzielle Bausteine für die Wettbewerbsfähigkeit von morgen. KI ermöglicht präzisere Prognosen, unterstützt die Risikoerkennung und liefert fundierte Entscheidungsgrundlagen entlang der Lieferkette. Dabei reduziert Automatisierung den operativen Aufwand und schafft Freiraum für strategische Aufgaben.

Die Studie macht deutlich, dass der Einsatz dieser intelligenten Technologien entscheidend ist, um Einkaufsstrategien flexibel weiterzuentwickeln und die eigene Widerstandsfähigkeit zu stärken.

Allerdings reicht Technologie allein nicht aus. Es braucht auch ein Umdenken im Unternehmen, Offenheit für Veränderung und die Bereitschaft, Lieferanten als strategische Partner in einem vernetzten System zu verstehen.

Unsere Analyse zeigt: Resilienz beginnt beim Lieferanten. Wer in digitales Lieferantenmanagement, integrierte Plattformlösungen und datengestützte Steuerung investiert, schafft die Basis für transparente, belastbare und nachhaltige Lieferketten – und stärkt so gleichzeitig Innovationskraft und wirtschaftliches Wachstum.





Der Einkauf entwickelt sich weiter – hin zu einem digital unterstützten, strategischen Bereich mit klarer Vernetzung und wachsender Verantwortung. Wer diesen Wandel aktiv gestaltet, schafft die Basis für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit.



Weitere Angaben: Vollständige Ergebnisse

Frage 2, S. 5: Wie viele Mitarbeitende sind in Ihrem Unternehmen tätig?

5.000 - 10.000 Mitarbeitende: 3,1 %
Über 10.000 Mitarbeitende: 5,7 %

Frage 4, S. 6: Wie wichtig ist die Fähigkeit, neue und innovative Lieferanten problemlos in Ihr Beschaffungsnetz zu integrieren, um zukünftiges Wachstum zu fördern?

Nicht wichtig: 1,5 %
Geringe Bedeutung: 8,5 %
Mittlere Bedeutung: 24,6 %
Hohe Bedeutung: 51,3 %
Kritisch: 13,1 %
Nicht zutreffend: 1,0 %

Frage 5, S.6: Welches waren die größten Lieferkettenstörungen, die Ihr Unternehmen in den letzten 2-3 Jahren erlebt hat? (Mehrfachauswahl möglich)

Cybersecurity-Bedrohungen: 16,6 %
Sonstiges: 2,1 %
Nicht zutreffend: 1,6 %

Frage 7, S. 8: Wie haben sich diese Störungen auf Ihre Beschaffungsprozesse ausgewirkt? (Mehrfachauswahl möglich)

Erhöhte Skepsis mit Blick auf Umsetzung: 24,6 %
Minimale oder keine Auswirkungen: 4,3 %

Frage 8, S. 8: Haben Sie Strategien zur Risikominderung wie die folgenden eingeführt oder planen Sie, diese einzuführen? (Mehrfachauswahl möglich)

Regionales Sourcing: 64,8 % eingeführt, 9,6 % geplant, 23,5 % nicht zutreffend
Digitale Tools für Echtzeitverfolgung und Risikomanagement: 17,7 % eingeführt, 38,5 % geplant, 36,9 % nicht zutreffend
Szenario- und Notfallplanung: 35,5 % eingeführt, 30 % geplant, 29,4 % nicht zutreffend

Frage 9, S. 9: Welche Auswirkungen hätte ein nahtloses Lieferantenmanagement und Onboarding in einem einheitlichen Netzwerk auf die Verbesserung der Resilienz Ihres Unternehmens?

Deutliche Verbesserung der Widerstandsfähigkeit: 42,9 %
Leichte Verbesserung: 36,7 %
Minimale Verbesserung: 14,3 %
Keine spürbare Verbesserung: 6,1 %

Frage 11, S. 12: Wie würden Sie den aktuellen Stand der Zusammenarbeit mit Ihren wichtigsten Lieferanten beschreiben?

Sehr gute Zusammenarbeit (häufige Kommunikation, gemeinsame Ziele, innovationsorientiert): 32,8 %
Mäßig kollaborativ (regelmäßige Kommunikation, meist operativer Fokus): 51,7 %
Schwache Zusammenarbeit (transaktional, minimale Kommunikation): 12,1 %
Sonstiges: 3,5 %

Frage 12, S. 12: Welche Technologien setzen Sie derzeit zur Bewertung und zum Management von Risiken in der Lieferkette ein? (Mehrfachauswahl möglich)

Sonstiges: 1,6 %
Nicht zutreffend: 15,5 %

Frage 15, S. 14: Was sind die größten Hindernisse für eine bessere Zusammenarbeit mit Ihren Lieferanten? (Mehrfachauswahl möglich)

Isolierte Kommunikation: 30,5 %
Unterschiedliche Ziele: 29,1 %
Sonstiges: 3,8 %
Nicht zutreffend: 4,3 %

Frage 16, S. 13: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Der Einsatz von Beschaffungstechnologien mit Predictive Analytics (Nutzung aktueller und historischer Daten zur Vorhersage von Entwicklungen) hat die Planungsgenauigkeit verbessert

Stimme überhaupt nicht zu: 8,0 %
Stimme nicht zu: 9,1 %
Neutral: 12,5 %
Stimme zu: 15,3 %
Stimme vollständig zu: 9,1 %
Nicht zutreffend: 46,0 %

Frage 17, S. 15: In welchen Bereichen sehen Sie einen Digitalisierungsbedarf? (Mehrfachauswahl möglich)

Ausgabenanalyse: 39,4 %
Auktionen: 16,7 %
Sonstiges: 2,22 %
Nicht zutreffend 1,7 %

Frage 18, S. 16: Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit Lieferanten für Ihr Risikomanagement?

Nicht wichtig: 2,0 %
Geringe Bedeutung: 7,1 %
Mittlere Bedeutung: 10,7 %
Hohe Bedeutung: 42,1 %
Kritisch: 38,1 %

Frage 20, S. 18: Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach KI und Automatisierung für die Verbesserung der Zusammenarbeit mit Lieferanten und die Förderung von Innovationen in Beschaffungsprozessen?

Nicht wichtig: 3,1 %
Geringe Bedeutung: 8,2 %
Mittlere Bedeutung: 25,0 %
Hohe Bedeutung: 43,9 %
Kritisch: 19,4 %

Frage 21, S. 18: In welchem Maße stimmen Sie dieser Aussage zu? Die folgenden Faktoren werden die Zukunft der Beschaffung prägen: Einführung von KI und Automatisierung

Stimme überhaupt nicht zu: 1,7 % %
Stimme nicht zu: 5,7 % %
Neutral: 12,6 %
Stimme zu: 29,1 %
Stimme vollständig zu: 49,1 %
Nicht zutreffend: 46,0 %



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. 800.000 Anwendern im Onventis-Netzwerk ein jährliches Beschaffungsvolumen von über 15 Milliarden Euro mit mehr als 280.000 Lieferanten ab. | 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



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

Sie haben Fragen zur Studie?

Onventis Marketing

+49 711 / 686875-0

marketing@onventis.de

onventis.de