

# cebraweb.de

Zeitschrift für effiziente Beschaffung  
rund um Büro und Arbeitswelt

## MARKENIMAGE

Innovationen und Nachhaltigkeit gehen bei klassischen Markenprodukten oft Hand in Hand. Transparentes Handeln und eine glaubwürdige Kommunikation können dafür sorgen, dass Kund:innen Vertrauen in eine Marke und deren Produkte gewinnen.

# Wirtschaftliche Mehrwerte und strategische Möglichkeiten

**Seit mehr als zehn Jahren verfügt die Stadt Schweinfurt über Praxiserfahrung in Sachen e-Einkauf. Rückblickend kann sich heute niemand mehr vorstellen, wie aufwändig sich die Beschaffung für einfache Bereiche wie Bürobedarf, Tinte/Toner oder Papier gestaltete. Auch Nachhaltigkeitsaspekte spielen eine wichtige Rolle.**

Geschuldet „analoger“ Verfahrensabläufe mit höherem Personaleinsatz und nicht bedarfsgerechter Lagerhaltung mangels Intransparenz war der Beschaffungsprozess oft teurer als die Ware selbst. An Synergien durch den gemeinsamen, koordinierten Einkauf von Stadtverwaltung und einer Tochtergesellschaft, war nicht zu denken. Transparenz und Steuerungspotenziale waren nicht gegeben. Umso überraschender zeigten sich bereits wenige Monate nach dem Start im Oktober 2010 positive Effekte. Die Digitalisierung des Einkaufes führte zu Transparenz. Auf Grund von Berichten und belastbaren, elektronischen Leistungsverzeichnissen wurden Ausschreibungen periodisch möglich. Strategische Ziele, wie der gemeinsame Einkauf von Stadtverwaltung und einer Tochtergesellschaft, konnten realisiert werden. Im Ergebnis führte der „Schweinfurter Weg“ zu Preisvorteilen. Der Aufwand im operativen Tagesgeschäft nimmt für den Einkauf seither nur wenige Minuten täglich in Anspruch.

Bis heute greifen über 60 autorisierte Besteller auf das Kaufhaus der Stadt Schweinfurt zu und bestellen aus ausgeschriebenen Rahmenverträgen. Alle für die Besteller erforderlichen Tools, wie Reklamation, Artikelanfrage oder e-Abrechnung stehen zur Verfügung. Das eröffnet Möglichkeiten, weitere Sortimente zu entwickeln oder vor- und nachgelagerte Themen des e-Einkaufes, wie zum Beispiel elektronische Abrechnungsverfahren im X-, oder ZUGFeRD-Format, zu erschließen.

## „Fair Trade Town“

Darüber hinaus fühlt sich die Stadt Schweinfurt dem Aspekt der Nachhaltigkeit verpflichtet. Seit 2013 ist man stolz darauf, „Fair Trade Town“ zu sein. Hierzu passen auch die positiven Effekte des e-Einkaufes. Schritt für Schritt möchte man für die nahe Zukunft den Anteil nachhaltiger Artikel am Gesamtsortiment ausbauen.

In der letzten Ausschreibung über Büroartikel war eine Quote von mindestens 30 Prozent vom Gesamtumsatz an umweltfreundlichen Artikeln gefordert. Das Angebot des beauftragten Unternehmens liegt sogar bei 35 Prozent. Es sollen weitere Sortimente hinzukommen. Möglichkeiten könnten sich bei der Integration neuer Sortimente im Bereich der C-Artikel, beispielsweise Werkstattartikel oder Arbeitsschutzkleidung ergeben. Noch mehr Potenzial eröffnet sich aus Sicht der Stadt Schweinfurt auch aus einer kommunalen Einkaufsgemeinschaft. Erfolgreiche und bewährte Lösungen gibt es seit Jahren. Im Kundenkreis des Einkaufsdienstleisters der Stadt Schweinfurt (TEK-SERVICE AG) finden sich Ansprechpartner für einen kommunalen Erfahrungsaustausch. Jetzt bereits ist erkennbar, dass sich alle Lösungen durch hohe Übertragbarkeit auszeichnen. Mit den langjährigen eigenen Erfahrungen der Stadt Schweinfurt und einem Jahresumsatz von rund 140 000 Euro ist aus strategischer Sicht noch Luft nach oben. Man darf also auf die weitere Entwicklung gespannt sein.

[www.schweinfurt.de](http://www.schweinfurt.de)  
[www.tek-service.de](http://www.tek-service.de)



Foto: Martin Keller / iStock / Getty Images

Die Stadt Schweinfurt setzt auf digitalen nachhaltigen Einkauf und Vergabe.