

About Kölner Stadt-Anzeiger

Kölner Stadt-Anzeiger (KStA) is the daily newspaper with the highest circulation in the greater Cologne area. The regional paper, which is published every working day, belongs to the DuMont media group. The newspaper reports on current news and information from Cologne,

the region and the Rhineland as well as politics, economy, sport, culture and entertainment. In the 'Economy' section, Kölner Stadt-Anzeiger reports on the latest news, background reports and commentaries from the regional and national economy.

Source: ksta.de/wirtschaft

Cologne Start-up

How Crowdfox wants to revolutionize procurement with AI

Crowdfox wants to use AI to make the purchase of small office items such as paper, hole punches and paper clips more efficient. Its customers include heavyweights such as BASF, E.ON and DHL.

Thorsten Breitkopf, 14.08.2024, 5:02 pm

Cologne. German companies are struggling to make money. For many, every euro saved now counts. But years of optimization mean that there are fewer and fewer opportunities to cut costs through efficiency gains. The Cologne-based start-up Crowdfox has taken on this problem. With the help of artificial intelligence, Managing Director Dirk Schäfer and his 50 employees aim to reduce purchasing costs and shorten processes. Crowdfox is an example of the flourishing and increasingly relevant start-up scene in Cologne, which is not only developing colorful consumer apps, but also applications for the economy that have real economic effects. Crowdfox has found its home in Cologne's Mediapark, with many innovative companies in the neighborhood.

“During the economic crisis in 2009, companies primarily cut material costs in purchasing in order to avoid layoffs as much as possible,” says Dirk Schäfer, in his life before Crowdfox one of the managing directors of the German purchasing consultancy Kerkhoff Consulting. “The game went like this: We used experienced negotiation experts who very specifically

negotiated down the prices of all important products and services. There was only one area that we were never able to tackle economically: so-called indirect purchasing. This was because individual volumes were too low. It wouldn't have been worth putting a consultant on the job.”

Invisible cost block

Indirect purchasing refers to general operating supplies and consumables: from office equipment and computer hardware to screws, paper, paper clips and cleaning services. “These are all often small items in purchasing,” says Dirk Schäfer. “Taken together, however, these costs can quickly account for up to 20 percent of the total purchasing volume. And companies have not yet been able to optimize this 20 percent. Today, we can reduce these costs by around twelve percent,” says Schäfer

And so a handful of investors from the Cologne area founded Crowdfox in 2014. The goal: to use software to tackle this large, often invisible

block of costs, where manual processing by consultants or employees would not have been worthwhile. Dirk Schäfer says: "The vision was to develop software that unites all suppliers and their catalogs as well as companies' electronic marketplaces in order to create electronic comparability in terms of quality and availability, even for small requirements." Today, the database that Crowdfox works with comprises well over one billion data points for more than 50 million items.

"I can still remember how difficult it was in the beginning to collect and read the manufacturers' catalogs," says Dirk Schäfer. "For one thing, many providers had no interest in a software company suddenly wanting to create transparency. On the other hand, a lot was still available in print versions and had to be digitized first. "I even went to a screw manufacturer in person to convince their sales department to give us the catalogs," says the Managing Director.

Customers include BASF, DHL, E.ON and Kirchhoff

Today, large corporations rely on Crowdfox, as do medium-sized companies: BASF, E.ON, DHL, commercial kitchen supplier Rational and the Kirchhoff Automotive Group are just a few examples. "BASF was our pilot customer. A difficult matter in the chemicals sector. It wasn't just about office supplies, but also chemical auxiliary materials," Schäfer continues. In the end, it was a stroke of luck: "We were able to prove that we can handle such a complex matter. And on this basis, we have already convinced a third of the 15 largest German companies."

The journey has only just begun for Crowdfox: They were recently nominated as a finalist for the German digital award 'The Spark' by management consultancy McKinsey. One of the reasons for this is that Crowdfox developed the artificial intelligence-based shopping robot ChatCFX last year. "The processes in companies are often very difficult and not standardized, especially for one-off orders," says Dirk Schäfer. "Employees have to run from pillar to post to order the product they need. ChatCFX shortens the process: you talk to the chatbot like a real person. It makes suggestions. And orders immediately. What used to take several hours or even days is now completed in just a few minutes."

High initial investment

If everything continues like this, Crowdfox says it will be in the green next year. "We had high initial investments, more than 40 million euros have been invested in Crowdfox," says Schäfer. "Creating the technical basis, convincing customers. That took a lot of time. But our investors have always believed in us," says the Managing Director proudly. "We will continue to develop Crowdfox bit by bit here in Cologne, with technology that is comparable to that from Silicon Valley," says Schäfer. "But who wants to live in a clinical tech environment when we can develop comparable applications in a vibrant metropolis like Cologne? For us, it's the best location that could happen to us." And that's what a Westphalian from the Ruhr region says.

VON THORSTEN BREITKOPF

Köln. Deutsche Unternehmen kämpfen ums Geld. Für viele kommt es jetzt auf jeden gesparten Euro an. Doch Jahre der Optimierung machen die Möglichkeiten immer geringer, über Effizienzgewinne die Kosten zu senken. Das Kölner Start-up Crowdfox hat sich dieses Problems angenommen. Mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz wollen Geschäftsführer Dirk Schäfer und seine 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter es schaffen, Einkaufskosten zu senken und Prozesse zu verkürzen. Crowdfox ist ein Beispiel für die blühende und relevanter werdende Start-up-Szene in Köln, die nicht nur bunte Konsumenten-Apps entwickelt, sondern Anwendungen für die Wirtschaft, die echte wirtschaftliche Effekte haben. Seine Heimat hat Crowdfox im Kölner Mediapark gefunden, mit vielen innovativen Unternehmen in der Nachbarschaft.

„In der Wirtschaftskrise 2009 haben die Unternehmen vor allem Materialkosten im Einkauf gespart, um von Entlassungen möglichst abzusehen“, sagt Dirk Schäfer, in seinem Leben vor Crowdfox einer der Geschäftsführer der deutschen Einkaufsberatung Kerkhoff Consulting. „Das Spiel ging so: Wir haben erfahrene Verhandlungsexperten eingesetzt, die ganz gezielt Preise aller wichtigen Produkte und Dienstleistungen heruntergehandelt haben. Nur einen Bereich konnten wir wirtschaftlich nie angehen: den so genannten indirekten Einkauf. Denn einzelne Volumina waren zu gering. Das hätte sich nicht gelohnt, da jeweils einen Berater dran zu setzen.“

Unsichtbarer Kostenblock

Indirekter Einkauf, das sind allgemeine Betriebs- und Verbrauchsstoffe: von der Büroausstattung über Computer-Hardware bis hin zu Schrauben, Papier, Büroklammern oder Reinigungsdienstleistungen. „Das sind alles oft kleine Posten im Einkauf“, sagt Dirk Schäfer. „Zusammengenommen können diese Kosten aber schnell bis zu 20 Prozent des gesamten Einkaufsvolumens ausmachen. Und diese 20 Prozent, die haben die Unternehmen bisher nicht optimieren können. Wir können diese Kosten heute um rund zwölf Prozent senken“, sagt Schäfer.

Und so hat eine Handvoll Investoren aus dem Raum Köln im Jahr 2014 Crowdfox gegründet. Das Ziel: Software-gestützt diesen großen, oft unsichtbaren Kostenblock anzugehen, bei dem sich eine manuelle Bearbeitung durch Berater oder Mitarbeiter nicht gelohnt hätte. Dirk Schäfer sagt: „Die Vision war, eine



Crowdfox-Geschäftsführer Dirk Schäfer und Mitarbeitende: Das Start-up hat seinen Sitz im Kölner Mediapark.

Foto: Arton Krasniqi

Crowdfox will mit KI den Einkauf revolutionieren

Das Kölner Start-up möchte die Beschaffung von etwa Bürobedarf mithilfe Künstlicher Intelligenz effizienter machen. Zu den Kunden gehören bereits große Konzerne wie BASF, Eon und DHL

„Diese 20 Prozent, die haben die Unternehmen bisher nicht optimieren können. Wir können diese Kosten heute um rund zwölf Prozent senken“

Dirk Schäfer, Geschäftsführer von Crowdfox

Software zu entwickeln, die alle Anbieter und ihre Kataloge ebenso wie elektronische Marktplätze von Unternehmen vereint, um auf dieser Basis auch für die Kleinbedarfe eine elektronische Vergleichbarkeit hinsichtlich Qualität und Verfügbarkeit zu schaffen.“ Heute umfasst die Datenbank, mit der Crowdfox arbeitet, weit mehr als eine Milliarde Datenpunkte für über 50 Millionen Artikel.

„Ich kann mich noch daran erinnern, wie schwierig es am Anfang war, die jeweiligen Kataloge der Hersteller einzusammeln und einzulesen“, sagt Dirk Schäfer. „Zum einen hatten viele Anbieter gar kein Interesse daran, dass plötzlich ein Software-Unternehmen Transparenz herstellen wollte“. Zum anderen habe viel noch in Print-Versionen vorgelegen und musste erstmal digitalisiert werden. „Da bin ich schonmal persönlich zu einem Schraubenhersteller gefahren, um

deren Vertrieb davon zu überzeugen, uns die Kataloge zu überlassen“, so der Geschäftsführer.

Heute vertrauen große Konzerne auf Crowdfox, genauso wie Mittelständler: BASF, Eon, DHL, der Großküchenausstatter Rational oder die Kirchhoff Automotive Group sind einige Beispiele. „Die BASF war unser Pilotkunde. Eine schwierige Materie im Bereich Chemie. Da ging es nicht nur um Büromaterial, sondern um chemische Hilfsstoffe“, sagt Schäfer weiter. Am Ende sei es ein Glücksfall gewesen: „Wir konnten beweisen, dass wir auch eine so komplexe Materie beherrschen. Und auf dieser Basis bis heute bereits ein Drittel der 15 größten deutschen Unternehmen überzeugen.“

Für Crowdfox hat die Reise erst angefangen: Zuletzt wurden sie von der Unternehmensberatung McKinsey als Finalist für den deutschen Digitalpreis „The Spark“ nominiert.

Unter anderem auch deswegen, weil Crowdfox im vorigen Jahr den auf Künstlicher Intelligenz basierenden Einkaufs-Roboter Chat-CFX entwickelt hat. „Geräte bei Einmalbestellungen sind die Prozesse in Unternehmen oft sehr schwierig und nicht einheitlich“, sagt Dirk Schäfer. „Da müssen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Pontius zu Pilatus laufen, um das notwendige Produkt zu ordern. Chat-CFX kürzt das ab: Man spricht mit dem Chatbot wie mit einem echten Menschen. Er macht Vorschläge. Und bestellt postwendend. Was früher mitunter mehrere Stunden beziehungsweise teilweise auch Tage in Anspruch genommen hat, wird in wenigen Minuten abgewickelt.“

Hohe Anfangsinvestitionen

Wenn alles so weiterläuft, wird Crowdfox nach eigenen Angaben im nächsten Jahr in den grünen Zahlen sein. „Wir hatten hohe Anfangsinvestitionen, es sind mehr als 40 Millionen Euro in Crowdfox investiert worden“, sagt Schäfer. „Die technische Basis zu schaffen, die Kunden zu überzeugen. Das hat viel Zeit benötigt. Aber unsere Investoren haben immer an uns geglaubt“, sagt der Geschäftsführer stolz.

„Wir werden Crowdfox Stück für Stück hier in Köln weiterentwickeln, mit Technologie, die mit der aus dem Silicon Valley vergleichbar ist“, sagt Schäfer. „Aber wer will schon in einer klinischen Tech-Umgebung wohnen, wenn wir vergleichbare Anwendungen in einer solch lebendigen Metropole wie Köln erschaffen können? Für uns der beste Standort, der uns passieren konnte.“ Und das sagt ein Westfale aus dem Ruhrgebiet.