

Crowdfox

„Der indirekte Hebel kann einen direkten Wertbeitrag schaffen“

Der indirekte Einkauf wird in Unternehmen häufig vernachlässigt. Denn er ist kleinteilig und komplex – und darum schwer zu optimieren. Dabei kann der Anteil von C-Teilen und Einmalbestellungen am Gesamtvolumen des Einkaufs bis zu 20 Prozent ausmachen. Der Kölner Technologie-Spezialist Crowdfox hat eine Software zur Lösung dieses Problems entwickelt. Kunden sind Konzerne wie BASF, DHL und E.ON, aber auch große Mittelständler wie Kirchhoff Automotive, Rational und Röhm. Im Jahr 2025 sollen 100.000 Anwender in 34 Ländern an Crowdfox angeschlossen sein, wie Unternehmenschef **Dirk Schäfer** erläutert.



Dirk Schäfer
Foto: privat

„Über 20 Jahre meiner beruflichen Laufbahn war ich Unternehmensberater. Ich habe dutzende Unternehmen in der Senkung ihrer Kosten im direkten Einkauf beraten“, sagt Schäfer, einst Mitbegründer und Geschäftsführer der auf Einkauf spezialisierten Unternehmensberatung Kerkhoff Consulting. „Aber eine Lösung für die Senkung der indirekten Einkaufskosten, die haben wir einfach nicht gefunden. Eine händische Optimierung war nie wirtschaftlich genug. Die Kleinteiligkeit hinter dem häufig signifikanten Volumen hat eine Bearbeitung praktisch unmöglich gemacht.“

Datenbank mit 60 Millionen Produkten

Die Software von Crowdfox beruht auf einer Datenbank, die heute über 60 Millionen Produkte, basierend auf 1,5 Milliarden Datensätzen, vollständig transparent und damit vergleichbar macht. Schäfer sagt: „Bisher war eine Bestellung von C-Teilen im internen IT-System häufig schwierig. Denn Marktplätze und Lieferanten benennen Produkte unterschiedlich, nutzen verschiedene Beschreibungen. Das führt häufig zu Fehlbestellungen, Retouren und damit zusätzlichen Kosten.“

Dieses Problem löst die „Unique Trade Item Number“, kurz: UTIN. Sie erkennt mit Hilfe von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz (numerische und semantische Analyse) auf jedem

Marktplatz und bei jedem Lieferanten exakt, um welches Produkt es sich handelt – egal, wie dieses beschrieben ist. Ob ISBN, EAN oder eine andere Kennzeichnung – „die UTIN ist die Basis für Transparenz im indirekten Einkauf“, betont Schäfer.

Kosteneinsparungen messbar machen

Die Software von Crowdfox lässt sich direkt an das jeweilige Bestellsystem eines Unternehmens anschließen. „Entscheidend ist, dass Bestellungen von C-Teilen danach so einfach funktionieren wie eine Bestellung bei Amazon“, sagt Dirk Schäfer. Ein Beispiel: Wird ein Werkzeug gesucht, stellt die Software auf Basis von Preis, Verfügbarkeit und Lieferzeit transparent alle Angebote dar. Einen Klick später landet das Produkt im Warenkorb und wird direkt im Bestellsystem der Unternehmen geordert. „Unternehmen sparen pro Bestellvorgang rund sieben Minuten an Zeit“, rechnet Schäfer vor.

Die Zeitersparnis freut die Anwender und erhöht den Service-Grad des Einkaufs. Sobald der CFO involviert ist, kommt es jedoch noch auf ganz andere Zahlen an. „In vielen Konzernen verantworten die Finanzchefs auch den Einkauf“, sagt Dirk Schäfer. „Denen kann man eine Innovation nicht nur auf Basis einer besseren Benutzeroberfläche verkaufen. Die wollen harte Zahlen sehen, um einer

Investition zuzustimmen.“ Und die liefert Crowdfox nach eigenen Angaben: Durchschnittlich sparten Unternehmen mit der Software-Lösung zwölf Prozent ihrer Kosten im indirekten Einkauf. Aktuell sei das für viele Unternehmen sehr relevant, um unnötige Kosten zu identifizieren. „Der indirekte Hebel kann damit einen direkten Wertbeitrag schaffen“, betont Schäfer.

Die Kostenersparnis ergibt sich dabei nicht aus neuen Einkaufskonditionen. Crowdfox selbst verhandelt nicht mit Lieferanten und verbessert die Preise. „Die Ersparnis ergibt sich ausschließlich aus der Transparenz, die wir herstellen“, verdeutlicht Schäfer. Plötzlich erscheine wirklich der beste Preis für einen Artikel ganz oben, die Anwender kauften nicht mehr „falsch“ ein.

Auch die Lieferanten profitieren

Mit der Folge, dass die Retourenquote drastisch sinke. „Als Einkaufsberater habe ich stets Preise verhandelt. Jetzt führen wir einfach nur alle Informationen zusammen und senken dadurch die Kosten signifikant“, sagt Schäfer. Davon profitierten auch die Lieferanten, die sich auf Crowdfox viel besser bei ihren Abnehmern präsentieren könnten. Die Anbindung von Crowdfox sei einfach, so Schäfer: keine komplizierte Programmierung, sondern Anbindung innerhalb weniger Tage. ▶▶

► „Danach beginnen wir damit, die Artikel unserer Kunden in die Datenbank einzulesen, sie mit bestehenden UTINs zu matchen und neue UTINs zu erstellen. Davon bekommt der Kunde gar nichts mit, das passiert heute automatisiert.“ Crowdfox bietet seine Software als „Software as a Service“ (SaaS) an. Das heißt: Kunden zahlen eine Lizenzgebühr und erhalten dafür stets die neueste Crowdfox-Version, die laut dem Unternehmen permanent weiterentwickelt wird.

„IT-Implementierungen sind oft zeitaufwändig, komplex – und auch nur schwer rückgängig zu machen“, sagt Schäfer. „Wir setzen auf Plug & Play. Alles soll für unsere Kunden so einfach gehalten sein wie die Einrichtung ihres neuen iPhones.“ Einen Kunden verloren hat Crowdfox nach seinen Worten seit 2020 nicht. Wer sich einmal für Crowdfox entschieden habe, wolle auf die Vorteile nicht mehr verzichten.

Zufriedene Kunden

Die Kunden jedenfalls äußern sich sehr positiv. „Höhere Nutzerfreundlichkeit, mehr Prozesseffizienz und Einsparungen: Das sind die Ergebnisse nach mehr als einem halben Jahr Nutzung von Crowdfox. Das Investment zahlt sich aus“, sagt etwa Markus Klein, Bereichsleiter Beschaffung beim TÜV Nord. Benjamin Wenn, Head of Technical Procurement bei Röhm, lobt „die einfache Bedienbarkeit und die präzisen Suchergebnisse“.

Und Christian Schaumann, Leiter Indirekter Strategischer Einkauf beim Großküchenbauer Rational, freut sich darüber, dass Crowdfox „im Durchschnitt 70 Minuten Prozesszeit pro Einkaufsvorgang, sieben Minuten pro Artikelsuche“ spart. Sein Einkaufsteam gewinne dadurch Zeit für strategische Aufgaben, „was unserem mittelständischen Unternehmen entscheidende Vorteile verschafft“.

Crowdfox hat noch einiges vor. Das Unternehmen weitet zum einen seine Daten- und Anwenderbasis aus. Bis zum Jahresende werden 100.000 Anwender in 34 Ländern angebunden sein, blickt Schäfer voraus. Auch in

den USA und China stehe Crowdfox bereits zur Verfügung, das Geschäftsmodell der Kölner sei weltweit skalierbar. „Die globale Expansion ist das wichtigste geschäftliche Ziel in diesem Jahr.“

Kampf den Freitextbestellungen!

Neben der stetigen Verfeinerung der Algorithmen steht als nächstes die Reduktion von Einmalbestellungen (Freitextbestellungen) auf dem Programm. Was bisher weitgehend manuell erledigt wird und viel Zeit kostet, will Crowdfox vollständig in die digitale Welt überführen. ChatCFX heißt der auf ChatGPT basierende Bot, der Anfragen, die über die Bestellsysteme nicht abgebildet werden können, gemeinsam mit den Anwendern löst.

„Niemand muss mehr im Einkauf anrufen, wenn er individuelle Unterstützung bei Freitextbestellungen benötigt“, sagt Dirk Schäfer. „ChatCFX kann jederzeit genutzt werden und funktioniert wie ein Mensch, nur deutlich schneller und direkt eingebunden in das System. Über ihn lassen sich nicht nur Artikel suchen, sondern konkrete Probleme lösen.“ Zudem könne ChatCFX PDF-Angebote von Lieferanten vollständig automatisiert einlesen und in eine systemkonforme Bestellanforderungen überführen. In weniger als einer Minute ist der Prozess erledigt, inklusive eines Vergleiches der Angebote verschiedener Lieferanten.

„Mittel- bis langfristig ist das die Zukunft des Einkaufs“, ist Dirk Schäfer überzeugt. Für die Lösung wurde Crowdfox vom Handelsblatt und der Unternehmensberatung McKinsey als Finalist beim KI-Wettbewerb „The Spark“ ausgezeichnet. „Niemand wird künftig mehr einkaufen, wie wir es heute kennen. Die Zukunft ist: Wir sprechen ins Telefon ein, was für Herausforderungen wir haben. Und die KI löst im Hintergrund die notwendigen Bestellungen mit optimalem Verhältnis von Preis, Verfügbarkeit, Lieferzeit und künftig auch Nachhaltigkeit aus. Diese Zukunft werden wir aus Köln heraus aktiv mitgestalten.“

MBI/kri

ROHSTOFFPREISE, PROGNOSEN & NEWS

MIT NUR WENIGEN
KLIXX AUF

MATFLIXX
Rohstoffpreise à la carte



Individuelles Dashboard

Preisvergleiche
mit mehreren Preisdaten

Darstellung als
Kurslisten & Chartings

Datenexport
als Excel-Charting

Schnellzugriff auf eigene
Materiallisten

Prognosen, Marktberichte
und Analysen

Tägliche Rohstoffnachrichten
verschiedener Branchen



www.matflixx.de