



BESCHAFFUNG

Demokratisierung der Beschaffung

Warum die Automatisierung von Tail Spend die nächste Herausforderung im Beschaffungswesen ist

ESKER[®]

Definitionen

Ausgabenmanagement

„Das große Ganze“

Die ganzheitliche Disziplin, alle Unternehmensausgaben zu erfassen, zu kontrollieren und zu optimieren.

Beschaffung

„Die Umsetzung“

Alles, was ein Unternehmen tut, um das zu kaufen, was es benötigt – von der Bedarfsermittlung und dem Einkauf bis hin zum Lieferantenmanagement und der Zahlung.

Sourcing

„Die Strategie“

Der Prozess der Entscheidung, bei wem ein Unternehmen einkauft und zu welchen Bedingungen – unter Abwägung von Kosten, Qualität, Zuverlässigkeit und Risiko.

Tail Spend

„Die verborgene Chance“

Kleinere, verstreute Einkäufe, die nicht unter strategische Beschaffungsmaßnahmen fallen und oft unkontrolliert oder unbemerkt bleiben. Stellt verpasste Chancen dar, Ausgaben zu optimieren, Risiken zu reduzieren und Transparenz zu erhöhen.

Inhalt

Zusammenfassung	3
Tail Spend verstehen: Kleine Einkäufe, große Auswirkungen	4
Ein genauerer Blick: Wie viel kostet Sie Tail Spend wirklich?	5
Demokratisierung der Beschaffung: Ein intelligenteres Einkaufserlebnis für alle	6
Eine andere Perspektive auf die Demokratisierung der Beschaffung	7
Automatisierung als Wegbereiter	8
Die richtige Lösung auswählen	10
Fazit	11
Über Esker	12



Executive summary

Emmanuel Olivier

Deputy CEO – Global Chief Revenue Officer, Esker

Emmanuel Olivier leitet die globale Geschäftsstrategie von Esker, treibt die Vertriebsumsetzung und die Go-to-Market-Strategie voran und betreut strategische Partnerschaften. Darüber hinaus leitet er die Bereiche Marketing, Customer Success, Professional Services und Customer Expansion in allen Regionen.

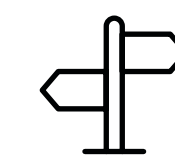
Seit Jahren investieren Beschaffungsteams massiv in strategische Sourcing-Tools, um große Verträge auszuhandeln, wichtige Lieferanten zu verwalten und messbare Einsparungen zu erzielen. Diese Initiativen haben zwar zu starken Ergebnissen geführt, aber sie haben auch eine erhebliche Lücke unberührt gelassen – **den Tail Spend**.

Diese geringwertigen Ad-hoc-Einkäufe – die sich sowohl aus direkten als auch aus indirekten Ausgaben zusammensetzen – werden täglich außerhalb formeller Beschaffungsprozesse von operativen Teams, lokalen Führungskräften und Gelegenheitskäufern getätigt. Und obwohl Tail Spend in der Regel **80–90 % aller gekauften Artikel** ausmacht, entspricht dies nur den **unteren 10–20 % der Gesamtausgaben eines Unternehmens**.¹

Dieser scheinbar unbedeutende Prozentsatz sowie die verstreute, schwer zu verwaltende Natur dieser Art von Ausgaben sind genau der Grund, warum diesem Bereich des Einkaufs ein Ruf vorausgeht, nur schwer kontrollierbar zu sein.

Angesichts sinkender Margen, zunehmender Compliance-Anforderungen und dezentralisierter Beschaffungsprozesse hat die Finanzabteilung jedoch begonnen, die Priorität des Tail-Spend-Managements neu zu überdenken. Von verbesserter operativer Transparenz, Effizienz und Sicherheit bis hin zu potenziellen Kosteneinsparungen in Millionenhöhe – Tail Spend bietet eine transformative Chance, das, was einst als „verlorener Centbetrag“ galt, in echten, messbaren Geschäftswert zu verwandeln.

Im Jahr 2026 und darüber hinaus wird strategisches Sourcing nicht an Bedeutung verlieren, doch die nächste Phase der Beschaffungsreife erfordert **ein inklusiveres und demokratischeres Sourcing**, um das Tail-Spend-Management zu optimieren. Sein Potenzial zu ignorieren bedeutet, eine zukunftsweisende Chance zu verpassen.



**Sind Sie bereit, die effektivsten Strategien zur Demokratisierung des Sourcing zu erkunden?
Lesen Sie weiter, um mehr zu erfahren!**

¹ Drentin, R., Erriquez, M., Nee, C., Ziegler, M. „Long tail, big savings: Digital unlocks hidden value in procurement“. Juni 2018. McKinsey & Company.

Tail Spend verstehen: Kleine Einkäufe, große Wirkung

Tail Spend befindet sich am „langen Ende“ des Unternehmensbeschaffungswesens und umfasst die Vielzahl kleinerer, vereinzelter Einkäufe, die auf die großen, strategisch beschafften Ausgaben folgen. Da diese Einkäufe häufig außerhalb formeller Beschaffungsprozesse stattfinden, sind sie oft mit manuellem Aufwand und informellen Methoden verbunden – Ineffizienzen, die zunehmend die Aufmerksamkeit der Finanzabteilung auf sich ziehen.

Wie Tail Spend entsteht

Da herkömmliche Beschaffungs-Tools für Beschaffungsexperten konzipiert sind, greifen Gelegenheitskäufer auf Folgendes zurück:

- E-Mails an Lieferanten
- Mündliche Vereinbarungen
- Angebotsvergleiche auf Basis von Tabellenkalkulationen
- Informelle Lieferantenauswahl

Zusammensetzung der Tail-Ausgaben

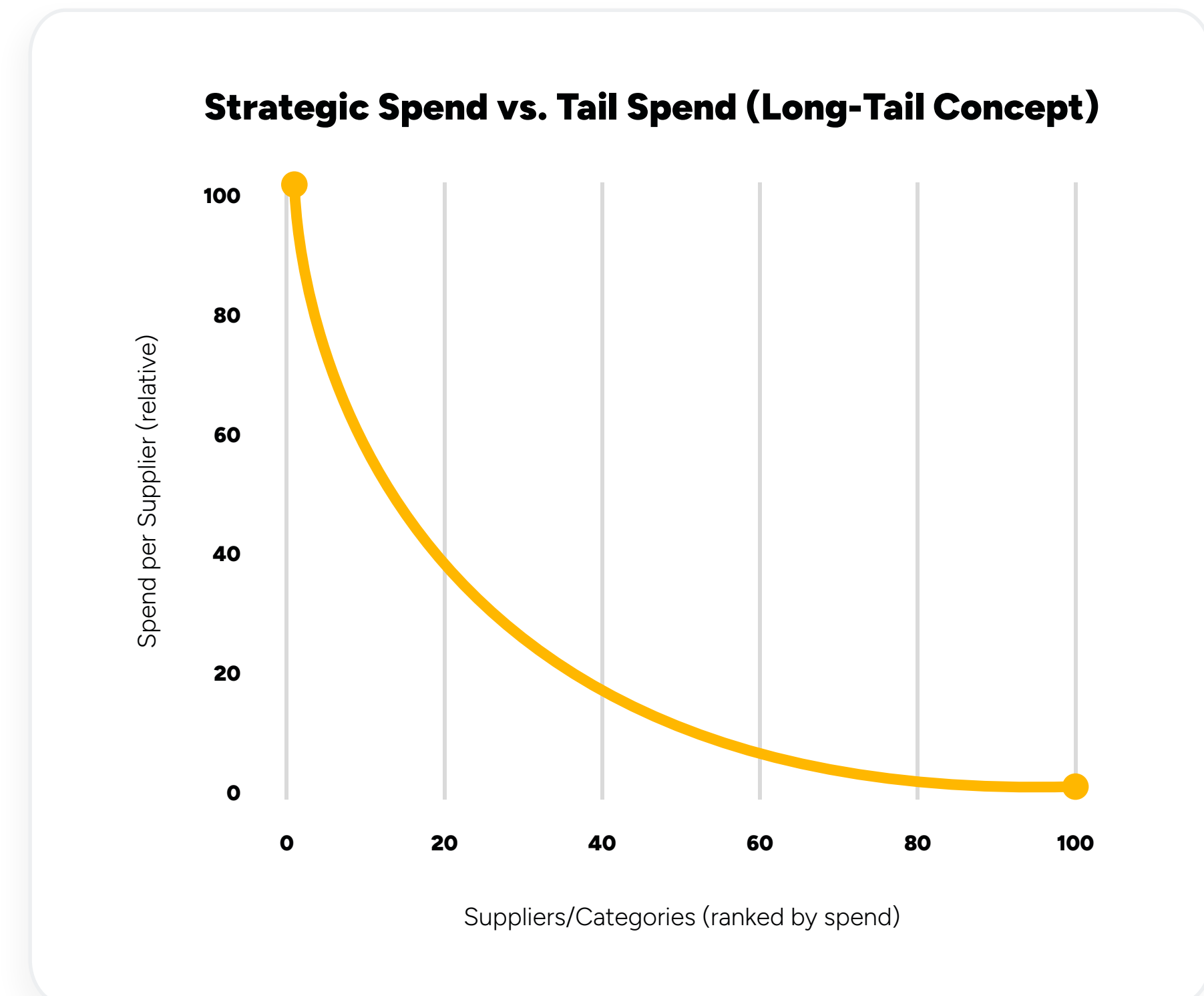
Typischerweise umfasst der Tail Spend folgende Einkäufe:

- Geringwertige oder dringende Bedürfnisse
- Einmalige Anschaffungen
- Betriebliche Dienstleistungen und Materialien
- Einkäufe durch nicht-professionelle Einkäufer/innen

Der Nachteil

Werden diese Ausgaben ignoriert, können sie zu solchen Problemen führen, die allen – von den Einkaufsführungskräften bis hin zu den Finanzvorständen – schlaflose Nächte bereiten:

- Eingeschränkte Transparenz
- Zersplitterung des Lieferantenstamms
- Uneinheitliche Preisgestaltung
- Übermäßiger manueller Aufwand
- Compliance-Lücken





Ein genauerer Blick: Wie viel kostet Tail Spend *wirklich*?

Stellen Sie sich folgendes Szenario vor ...

Ein Unternehmen mit direkten Gesamtausgaben von 3 Milliarden Dollar hat etwa **400 Millionen Dollar an Tail Spend**, der ein **Einsparpotenzial von 5 bis 15 %** birgt.

Da das Unternehmen seine „Tail Spend“ nicht ordnungsgemäß verwaltet, verpasst es diese potenziellen Einsparungen – und lässt sich damit **satte 40 Millionen Dollar** entgehen!

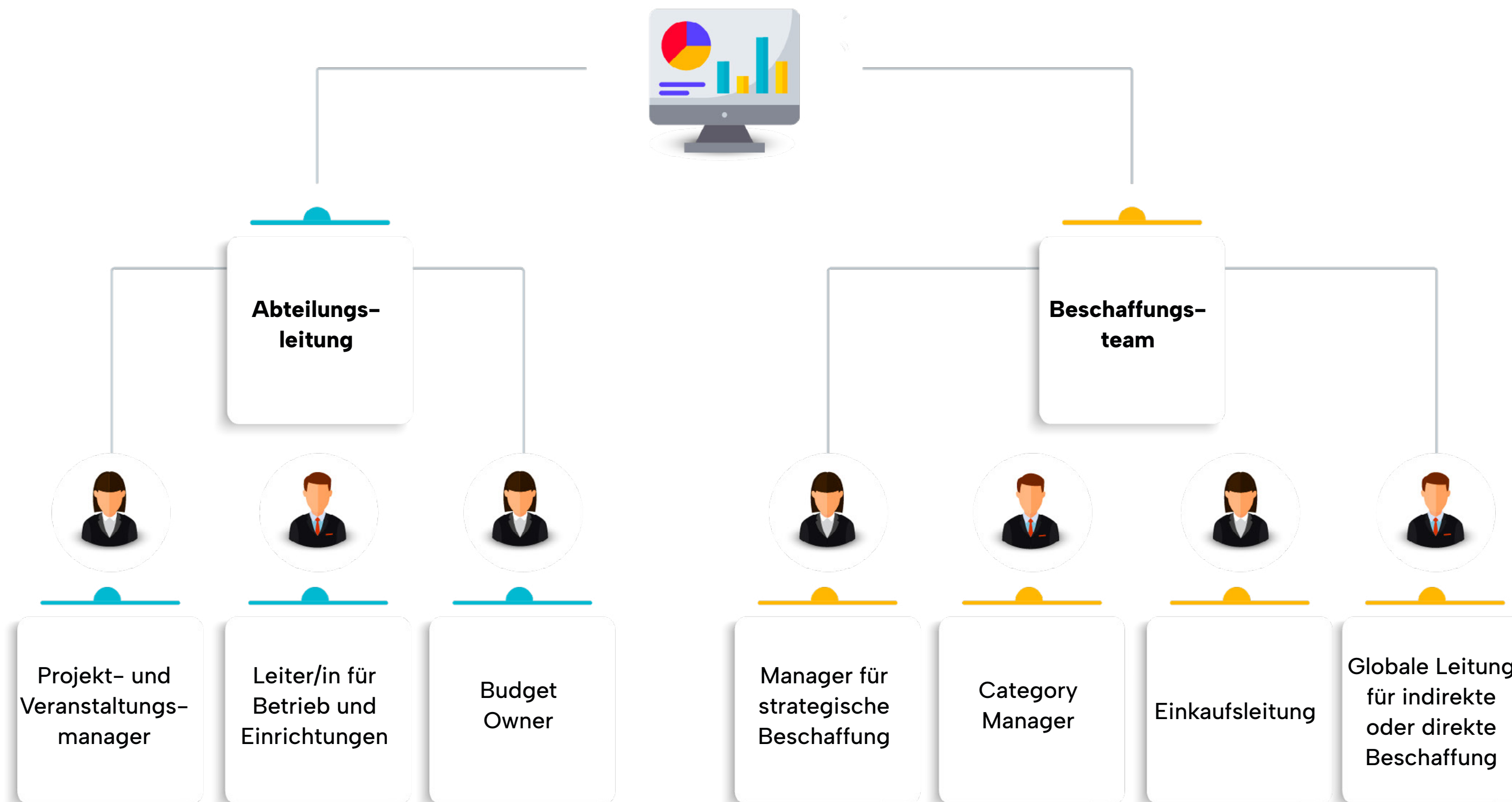
I. Drentin, R. Erriquez, M. Nee, C. Ziegler, M. Long tail, big savings: Digital unlocks hidden value in procurement. Juni 2018. McKinsey & Company.

Demokratisierung der Beschaffung: Ein intelligenteres Einkaufserlebnis für alle

Beschaffungsteams wissen schon lange, dass es „Tail Spend“ gibt. Die Schwierigkeit bei dessen Steuerung drehte sich schon immer um die Frage: „Wie können wir ihn effektiv kontrollieren, ohne die Komplexität zu erhöhen oder das Geschäft zu verlangsamen?“ Die Antwort ist überraschend einfach: durch die Demokratisierung der Beschaffung (d. h. die Ausweitung der Beschaffungskompetenzen über die Beschaffungsteams hinaus, ohne dabei die Governance oder Konsistenz zu beeinträchtigen).

Mehrwert für Gelegenheitskäufer „The Tail Spend Crew“

- Eine einfache, geführte Methode zur Anforderung von Angeboten
- Klare, in den Prozess eingebettete Regeln
- Automatisierte Lieferantenansprache
- Einfacher Vergleich und Entscheidungshilfe



Mehrwert für das Beschaffungsteam „Das Team für strategische Ausgaben“

- Transparenz darüber, wer was kauft
- Standardisierte Lieferanteninteraktionen
- Rückverfolgbarkeit und Überprüfbarkeit
- Abstimmung mit Einkaufs- und Finanzprozessen



Eine andere Perspektive: Stellen Sie sich die Demokratisierung der Beschaffung vor wie...



zusätzliche Fahrspuren auf einer Autobahn

So wie zusätzliche Fahrspuren Staus verhindern, ermöglicht der Zugang zu zentralisierten Beschaffungs-Tools für mehr Einkäufer, dass der Einkauf ohne die üblichen Engpässe und „Wildwest“-Tendenzen voranschreiten kann. Besser noch: Die Geschwindigkeitsbegrenzungen und Verkehrsregeln werden weiterhin von der Beschaffung durchgesetzt.



Selbstbedienungskassen im Supermarkt

An Selbstbedienungskassen können kleinere Transaktionen zügig abgewickelt werden, während sich das Personal auf komplexere Einkäufe konzentrieren kann. Ebenso kann sich die Beschaffung auf die strategische Beschaffung konzentrieren, während das Business kleinere Einkaufsbedürfnisse selbst abdeckt.



Smartphone-Fotografie

Die Demokratisierung der Beschaffung hat für die Beschaffungsabteilung dieselbe Bedeutung wie moderne Smartphones für die Fotografie. Heute ist ein hochwertiges Foto nur einen Klick entfernt. Ja, die Profis kümmern sich nach wie vor um die großen Shootings, aber jeder kann alltägliche Momente festhalten – wie die routinemäßige Beschaffung nun unternehmensweit ohne Bedenken erfolgen kann.

„Demokratisierung“ kann für viele Menschen ganz unterschiedliche Bedeutungen haben. Manche halten es vielleicht nur für ein weiteres Modewort, das große Synergieeffekte verspricht, während andere von der Idee gänzlich abgeschreckt sind („Je demokratischer der Einkauf ist, desto komplexer wird er!“). In Wirklichkeit sind Gelegenheitskäufer bereits in den Prozess eingebunden – Demokratisierung bedeutet lediglich, dass die Beschaffung **für alle** einfacher und einheitlicher gestaltet wird.

Automatisierung als Wegbereiter: Alltägliche Einkäufe einfach in 5 Schritten erledigten

Wie bereits erwähnt, macht die schiere Komplexität der Tail-Ausgaben herkömmliche Ansätze bei der Angebotsanforderung und Beschaffung unhaltbar – manuelle Prozesse lassen sich einfach nicht auf Hunderte oder Tausende von Gelegenheitskäufern übertragen. Und vergessen Sie nicht die CFOs: Sie spüren die Auswirkungen steigender Verwaltungskosten, eingeschränkter finanzieller Transparenz und inkonsistenter Einkaufsentscheidungen.

Automatisierung ist die klare Antwort auf dieses finanzielle Dilemma – und die treibende Kraft, durch die eine Demokratisierung erreicht wird. Durch die Standardisierung und Steuerung des Beschaffungsprozesses ermöglichen KI-gestützte Automatisierungslösungen Gelegenheitskäufern, einfache Angebotsanfragen durchzuführen, ohne zusätzliche Risiken oder Verwaltungsaufwand für die Beschaffungsteams zu verursachen. Dies geschieht durch:

1. **Erstellung** strukturierter Angebotsanfragen
2. **Automatische** Einbindung von Lieferanten
3. **Zusammenführung** der Antworten in einem vergleichbaren Format
4. **Anwender** zu konformen Entscheidungen führen
5. **Erfassung** jedes Schritts für Audits und Berichterstattung

Wichtig ist, dass diese Art der Automatisierung darauf ausgelegt ist, menschliches Urteilsvermögen zu unterstützen und zu ergänzen, anstatt es zu ersetzen. Dies gewährleistet, dass Entscheidungen schneller, konsistenter und präziser getroffen und gut dokumentiert werden.

The screenshot shows the KONCEPT FURNITURE software interface. At the top, there are navigation icons for help, home, and user profile. The main dashboard displays three summary cards: 'Participants responded' with a value of 2/2, 'Participants declined' with 0/2, and 'Pending response' with 0/2. Below this is a 'Participants' table with the following data:

Name	Supplier number	Contact email	Contact name	Status
Adecom	Adecom45	tfara@adecom.com	Tanya Fara	Responded
ACME Supply Co.	ACME143	jtulip@acme.com	Johnny Tulip	Responded

At the bottom of the interface, there are four action buttons: 'Award', 'Create purchase requisition', 'Close request', and 'Quit'.

Automatisierung als Wegbereiter für: Vorteile, die über Effizienz hinausgehen

Wenn Tail Spend automatisiert und standardisiert wird, erschließen Unternehmen Vorteile, die weit über die übliche betriebliche Effizienz hinausgehen und sich in echten, messbaren Ergebnissen im gesamten Unternehmen niederschlagen, darunter:



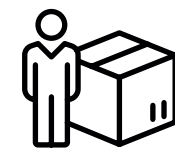
Beschleunigte Einkaufszyklen

Was früher Wochen voller E-Mails, Nachfassaktionen und Tabellenkalkulationen erforderte, ist dank der Automatisierung von Angebotsanfragen nun in wenigen Stunden erledigt. Das Ergebnis? Projekte kommen voran und alle Beteiligten sind zufrieden.



Höhere Frequentierung bevorzugter Lieferanten

Bevorzugte Lieferanten werden aus gutem Grund bevorzugt. Durch die automatische Einbeziehung in Angebotsanfragen bleiben sie im Blickfeld, sodass Ihr Team ohne zusätzlichen Aufwand intelligentere Kaufentscheidungen treffen kann.



Verbesserte Lieferantenbeteiligung

Durch die Standardisierung des Angebotsanfrageprozesses sorgt die Automatisierung dafür, dass Lieferanten die Anforderungen leichter verstehen und darauf reagieren können und die Wahrscheinlichkeit wettbewerbsfähiger Angebote erhöht wird.



Erhöhte Kontrolle über Ausgaben

Die Automatisierung von Angebotsanfragen beleuchtet die „Tail Spend“, indem sie mehr Einkäufe in einen strukturierten Prozess einbindet – dies erweitert die Transparenz im Beschaffungswesen und erhöht die unter Kontrolle stehenden Ausgaben (Spend under Management, kurz: SUM).



Reduzierung von Preisabweichungen

Preise schwanken oft, wenn jeder Einkäufer die Beschaffung anders handhabt. Die Automatisierung der Angebotsanfrage sorgt für Struktur und Transparenz, sodass ähnliche Einkäufe ähnliche Preise erhalten (anstatt schwankender Preise).



Engere Zusammenarbeit

Anstatt E-Mails und Genehmigungen hinterherzujagen, arbeiten Beschaffungs- und Business-Teams nach dem gleichen Drehbuch. Die Automatisierung verschafft allen Einblick in Anfragen, Entscheidungen und Antworten.



Die richtige Lösung auswählen: Funktionen mit langfristigem Mehrwert

Eigenständige KI- oder Automatisierungstools bieten unbestreitbare Vorteile – doch sie bringen auch inhärente Einschränkungen und zusätzliche Komplexität mit sich. Ein grundlegender, langfristiger Mehrwert lässt sich nur mit Lösungen erzielen, die darauf ausgelegt sind, unternehmensweit skaliert zu werden und die Anforderungen moderner Finanzvorstände zu erfüllen.

Darauf sollten Sie achten:



Umfassender Zugriff und Funktionen sowohl für Gelegenheitskäufer als auch für strategische Beschaffungsteams



Nahtlose Integration in umfassendere Source-to-Pay-Prozesse (S2P) (z. B. Lieferanten- und Vertragsmanagement, Beschaffung, Kreditorenbuchhaltung)



Anbindung an Finanzworkflows über S2P hinaus, was sich auf das Office of the CFO und die Geschäftsstrategie auswirkt



Eine Reihe leistungsstarker Technologien (z. B. integrierte KI und Agents, native ERP-Integration, leistungsoptimierte Analysen), die jedes Finanzteam, jeden Prozess und jede Entscheidung unterstützen



Flexible Kontrollmechanismen, die Compliance, Risikomanagement und sich weiterentwickelnde Beschaffungsrichtlinien unterstützen



Fazit:

Die Zukunft des Sourcing ist inklusiv

Strategisches Sourcing bleibt ein Eckpfeiler der Beschaffung, war jedoch nie dafür ausgelegt, die Tausenden von täglichen Einkaufsentscheidungen zu verwalten, die im gesamten Unternehmen getroffen werden. Das Ungeheuer namens „Tail Spend“ ungezähmt zu lassen, führt nur dazu, dass ein erheblicher Teil der Unternehmensausgaben unkontrolliert bleibt.

Die Demokratisierung des Beschaffungswesens bietet einen pragmatischen Weg in die Zukunft. Durch die Kombination einfacher, strukturierter Prozesse mit Automatisierung können Unternehmen die Disziplin der Beschaffung auf nicht-professionelle Einkäufer ausweiten, ohne dabei Reibungsverluste zu verursachen oder den Betriebsablauf zu verlangsamen – und so den „Tail Spend“ von einem blinden Fleck in eine Quelle messbaren Mehrwerts verwandeln.

Unternehmen, die in der nächsten Phase der Beschaffungstransformation erfolgreich sein werden, sind diejenigen, die:

- **die Bedeutung und die organisatorischen Auswirkungen von Tail Spend erkennen**
- **Prozesse so gestalten, wie Menschen tatsächlich arbeiten**
- **Nutzen Sie KI und Automatisierung, um dort für Schnelligkeit, Präzision und Transparenz zu sorgen, wo sie am dringendsten benötigt werden**
- **Befähigen Sie das gesamte Unternehmen – nicht nur den Einkauf**

>> **Die nächste Stufe der Beschaffungsreife besteht darin**, Struktur und Transparenz in die Einkäufe zu bringen, die traditionell außerhalb formaler Prozesse lagen. Und in einer Zeit, in der jedes Unternehmen nach Agilität, Resilienz und finanzieller Kontrolle strebt, hat dieser demokratisierende Wandel das Potenzial, Ihrem Unternehmen dabei zu helfen, die Konkurrenz beim Einkauf zu übertreffen – und damit einen strategischen Vorteil zu haben.

Hi, wir sind Esker

Eskers KI-Automatisierungssuite für das Office of the CFO nutzt die neuesten Technologien im Bereich Agentic AI und Automatisierung, um das Working Capital und den Cashflow zu optimieren. Zugleich werden strategische Entscheidungen verbessert und die zwischenmenschlichen Beziehungen zu Kunden, Lieferanten und Mitarbeitenden gestärkt. Eskers Lösungen für Source-to-Pay und Order-to-Cash automatisieren diese Geschäftsprozesse und unterstützen gleichzeitig langfristige Wachstumsstrategien.



> **40**

Jahre Erfahrung, davon mehr als 20 Jahre in der Cloud



> **1.200**

Mitarbeitende betreuen mehr als 1.120.000 User und 3.000 Kunden weltweit



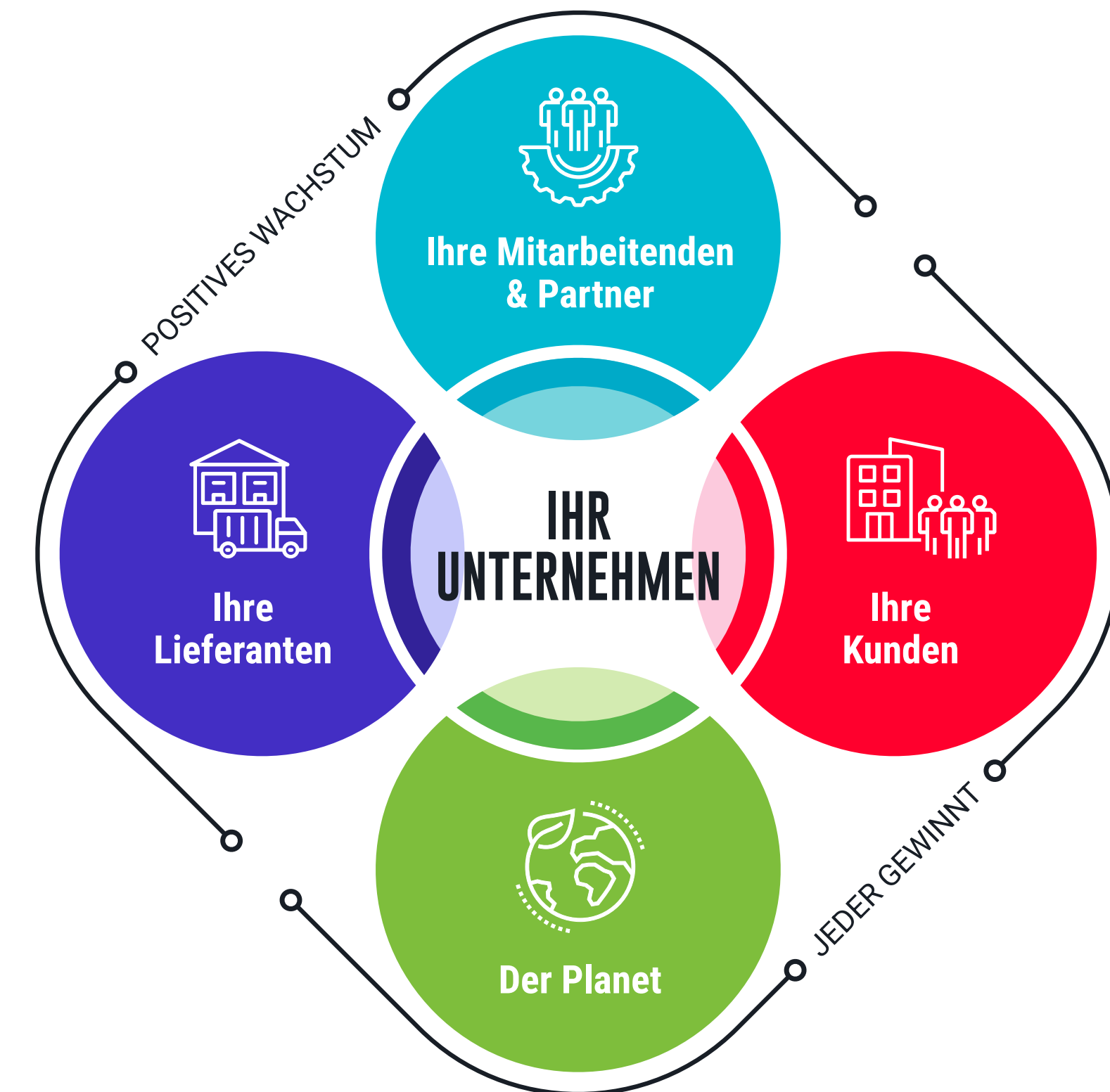
15

globale Standorte mit Hauptsitz in Lyon, Frankreich, & zwei deutschen Niederlassungen



~250 Mio. €

Umsatz im Jahr 2025



Erfolg ist am besten, wenn man ihn teilt

Wir bei Esker glauben, dass der einzige Weg zu einer echten, sinnvollen Veränderung in einem positiven Wachstum (wir nennen es Positive Sum Growth) besteht. Das bedeutet, dass der Geschäftserfolg nicht auf Kosten eines Einzelnen, einer Abteilung oder eines Unternehmens geht – alle gewinnen! Aus diesem Grund ist unsere KI-gesteuerte Technologie so konzipiert, dass sie alle Stakeholder unterstützt und gleichzeitig eine langfristige Wertschöpfung fördert.

ESKER[®]
www.esker.de