



Reifenhäuser

EINBETTUNG VON MATCHORY IN EINE WARENGRUPPENSTRATEGIE

Reifenhäuser, ein führender Anbieter in der Kunststoffmaschinenindustrie, wollte mithilfe von Matchory, einer strategischen Beschaffungsplattform, seine Beschaffungsprozesse optimieren und die Lieferantenausrichtung verbessern.

Übersicht

Angesichts der Herausforderungen im Zusammenhang mit Unterbrechungen der Lieferkette und der Notwendigkeit der Kosteneffizienz begann das Unternehmen ein Projekt zur Überarbeitung seiner Warengruppenstrategie und zur Verbesserung des Lieferantenmanagements.

Jörg Stolz strukturierte zusammen mit einem führenden Beratungsunternehmen das Warengruppenstrategie-System um und implementierte Matchory als zentrale Plattform für die Lieferantenbeschaffung. In einigen Fällen erzielte er dabei ein zweistelliges Einsparpotenzial durch eine bereichsübergreifende Ausrichtung der Lieferanten.

Anwendungsfall

Beschaffungsstrategie

Reifenhäuser erkannte die Notwendigkeit eines transformativen Einkaufsansatzes. Mit der Unterstützung eines führenden Beratungsunternehmens wollte das Unternehmen bis 2030 die Zukunft der Beschaffung untersuchen und sich dabei auf die Schlüsselausrichtung, die Kompetenzbewertung und die Warengruppenstrategie konzentrieren.

Die Plattform von Matchory wurde verwendet, um neue Lieferanten zu identifizieren und Marktanalysen durchzuführen. Dabei wurden Daten zur Marktgröße und zu Hindernissen für einen Anbieterwechsel erfasst. Der strategische Ansatz ermöglichte es Reifenhäuser, Lieferengpässe zu bewältigen, insbesondere nach der COVID-19-Pandemie. Bei den analysierten Warengruppen wurden erhebliche Einsparungen erzielt.



“

Unser Ziel war es zu antworten: ‚Wie sollte die Beschaffung im Jahr 2030 aussehen?‘ Unser Fokus lag darauf, drei Hauptziele zu erreichen: die Ausrichtung auf eine strategische Ausrichtung, die Bewertung der Kompetenzen unseres Einkaufsteams und die Verbesserung unserer Warengruppen.

Matchory spielte eine entscheidende Rolle bei der Identifizierung neuer Lieferanten und der Durchführung einer ersten Marktanalyse, die sich mit Marktgröße, Lieferantenbarrieren, Ausgabenanalysen und der Entwicklung unserer Warengruppen befasste.

JÖRG STOLZ

Group Director Procurement &
Logistics at Reifenhäuser



Umsetzung

Was waren die Vorteile?



KONSOLIDIERUNG DER LIEFERANTEN

Ermöglicht durch die Identifizierung eines einzelnen Lieferanten, der in der Lage ist, mehrere Geschäftsbereiche zu bedienen, wodurch Komplexität und Kosten reduziert werden.



KOSTENSPAREND

Bei vielen analysierten Warengruppen wurden erhebliche Einsparungen erzielt. Allein bei einem wichtigen Warengruppen konnten die Kosten durch die Identifizierung eines neuen Hauptlieferanten im Nahen Osten um 50% gesenkt werden.



VERSORGUNGSSICHERHEIT

Verbessert durch die Erweiterung der Lieferantenbasis über Mitteleuropa hinaus.



INNOVATION UND NACHHALTIGKEIT

Gefördert durch ein besseres Lieferantenengagement und mehr Transparenz auf dem Weltmarkt.

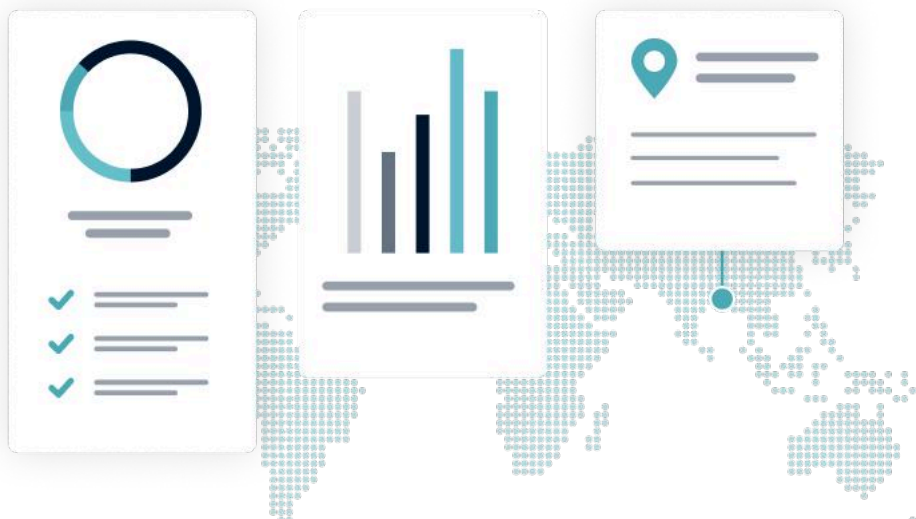
Die Ergebnisse

Neuerungen im Überblick

Der strategische Einsatz von Matchory durch Reifenhäuser optimierte die Einkaufsprozesse und stärkte die Fähigkeit des Unternehmens, zukünftige Herausforderungen in der Lieferkette zu bewältigen.

Durch die Integration fortschrittlicher Sourcing-Tools und -Methoden hat Reifenhäuser einen neuen Standard für Innovation und Effizienz in der Beschaffung gesetzt.

Diese Fallstudie unterstreicht die transformative Kraft von Plattformen wie Matchory bei der Erzielung erheblicher Kosteneinsparungen, der Stärkung der Widerstandsfähigkeit der Lieferkette und der Förderung stärkerer Lieferantenbeziehungen.





Über uns

Matchory bietet eine KI- und Big-Data-gestützte Plattform zur Lieferantensuche, die Zugriff auf Millionen Lieferantenprofile weltweit ermöglicht. Durch diese Technologie hilft Matchory Beschaffungsorganisationen, geeignete Lieferanten schneller zu identifizieren, zu bewerten und in die Lieferkette einzubinden, wodurch deren Resilienz und Leistungsfähigkeit verbessert werden sollen.