

Ausgezeichnete Lieferanten

Miteinander, Motivation, Musik: die besonderen Awards der Deutschen Bahn

Schneller, höher, weiter ... Wer hier gewinnt, hat bei ausgelobten Awards normalerweise gute Karten. Der Einkauf der Deutschen Bahn geht einen Schritt weiter, indem der Weg zum Ziel honoriert wird. Ein Ansatz, der im Zuge der allgemeinen Bemühungen rund um das komplex-diffizile Thema Agilität auch für andere Unternehmen überlegenswert sein dürfte.

Gemeinsam beschaffen. Gemeinsam bewegen. So lautet das Motto des DB Procurement Awards. Schirmherr ist Dr. Levin Holle, DB Vorstand Finanzen und Logistik. Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen nicht etwa die rein ökonomischen Leistungen der Beschaffungsteams und des Einkaufsnetzwerks. Und es ist nicht entscheidend, ob es sich um ein herausragendes Ergebnis eines Abteilungs-, Projekt- oder cross-funktionalen Teams handelt. Auch die Größe des Teams ist unerheblich. „Was zählt, ist der Aspekt der Gemeinschaft. Wir würdigen ein bewusst rasches, zielführendes Zusammenspiel einzelner bzw. mehrerer Abteilungen innerhalb der Konzerntöchter. Das muss sich ja bei den anspruchsvollen Aufgabenstellungen erst bewähren“, betont Bahn-CPO Uwe Günther.

Die Bewerbungsphase lief vom 4. Mai bis zum 24. Juli 2020. 40 Einreichungen gab es. Die interdisziplinär besetzte Fachjury wählte

zunächst pro Kategorie die „Top 5“ aus. Die Finalisten traten im August zur Verteidigung ihrer Konzepte an. Am 15. Oktober wurden schließlich die Trophäen und Sachpreise vergeben – Corona-bedingt in einer hybriden Veranstaltung. Aus aktuellem Anlass wurde zudem eine Auszeichnung für herausragende Leistungen zur Gewährleistung der Versorgungssicherheit in Zeiten des Corona-Virus vergeben. Die Gewinner wurden in drei Kategorien ausgezeichnet.

Versorgungssicherheit und Wirtschaftlichkeit

1. Platz: Beschaffung ICE 3neo

Im Fokus der Bewerbung: ein innerhalb kurzer Zeit verhandelter komplexer Rahmenvertrag für die Beschaffung von 90 Hochgeschwindigkeitstriebzügen des Typs Velaro plus Abruf von 30 Zügen von Siemens. 1 Mrd. Euro hatte der Aufsichtsrat der Bahn dafür freigegeben. Die Betriebsaufnahme startet laut Plan ab 2022. Die Jury würdigte „das pro-

fessionelle Management“, „die stringente Umsetzung und Wirksamkeit“ sowie den „Pioniergeist“ des eigens für diese Beschaffung gegründeten Projektteams, das die Entscheidungen in enger Zusammenarbeit mit Bedarfsträgern herbeiführte.

2. Platz: Erneuerung von 875 Eisenbahnbrücken

Ambitioniertes Ziel: Ein crossfunktionales Projektteam hatte innerhalb von fünf Jahren mindestens 875 Eisenbahnüberführungen zu erneuern. Das bedeutete, die Anzahl zugehöriger Vergaben gegenüber der Vergangenheit mehr als zu verdoppeln. Das Ziel wurde schließlich übererfüllt.

3. Platz: Vergabe Media und Mediatools der DB AG

In den DB-Konzern hat ein komplett neues Beschaffungsmodell für Medialeistungen Einzug gehalten – „nach komplexer EU-Vergabe, mit gutem wirtschaftlichem Ergebnis und rekordverdächtig in nur acht Monaten“, so das Juryurteil.

Innovation und Nachhaltigkeit

1. Platz: Legal Spend Management

Für die Mandatierung von Rechtsanwälten wurde das Produkt „Legal Spend Management“ entwickelt, eingebunden in eine neue Warengruppenstrategie für Rechtsdienstleistungen. Die Beauftragung externer Kanzleien konnte damit kommerziell und fachlich professionalisiert werden. Die Jury würdigte „Neuheitsgrad und Einzigartigkeit“ (in den meisten Unternehmen ist die Beauftragung



Bild: DB AG

Uwe Günther, CPO der Deutschen Bahn AG, begrüßt Corona-bedingt in einer hybriden Veranstaltung die Teilnehmer und Gewinner der Bahn-Lieferanten-Awards.

externer Kanzleien ausschließlich Sache der Rechtsabteilung), „Anwendungspotenzial“, „Integrierbarkeit“ und „Kostentransparenz“ sowie die „neuen Wege durch das crossfunktionale Team aus Rechtsabteilung und Beschaffung“. Zusatzeffekt ist die erstmalige Anbindung an das SAP-System des Konzerns.

2. Platz: Nachhaltige Beschaffung von Büromöbeln

Erstmalig bei der DB hat ein Team Nachhaltigkeit als ein Kernprinzip in das strategische Design einer Büromöbelvergabe integriert.

3. Platz: Nachhaltige Beschaffung von Unternehmensbekleidung

Die Vergabe der neuen Unternehmensbekleidung der DB hat entscheidenden Einfluss auf die Produktionskette der Artikel genommen. Dabei galt es, die transparente Offenlegung aller Produktionsstufen und unabhängige Überprüfung aller benannten Betriebe auf ihre nachhaltige Produktion umzusetzen.

„Procurement place2be“

1. Platz: Beschaffungsong

Musik verbindet. Mit einem eigenen Song sollte das Lebensgefühl in der DB Beschaffung musikalisch interpretiert werden – und das ohne Mithilfe einer externen Agentur. Um urheberrechtlich sauber zu bleiben, komponierte Matthias Schmidt (Beschaffung Bauleistungen) die Melodie. Über das Multiplikatorennetzwerk der DB Beschaffung konnten sich alle Mitarbeitenden beim Text einbringen. Das Projektteam fuhr an die Standorte, wo dann einzeln und im Chor für das Musikvideo eingesungen wurde. Unterstützung kam von den Musikern der WCP-Allstars. Refrain: „A place to know, a place to see, life and work in harmony, that's procurement, the place to be.“ Das Video mit Untertiteln ist nun fester Bestandteil der Startseite der DB Beschaffung auf der Dialogplattform DB Planet.

Auch Führungskräfte aller Ebenen haben ebenso wie Betriebsräte miteinander gesungen und für das Video performt. „Dabei sind Schranken gefallen. Es ist eine starke verbindende Energie und Vertrauen unter den Kollegen entstanden“, sagt Uwe Günther. Dieser Spirit strahlte auch nach außen auf Partner und Kunden aus. Der Motivationsschub halte bis heute an und davon profitierten auch viele bestehende Projekte und neue Aktionen, meint der Einkaufschef. Die Jury verwies „auf den Mut, über den Tellerrand der reinen Arbeit hinauszublicken, auch mal neue Wege zu gehen und diese zum Erfolg bringen zu können“.

2. Platz: Virtuelle Aktivpause

Stärkt das Gemeinschaftsgefühl und mobilisiert in Zeiten virtuellen Arbeitens: die wöchentlichen, virtuell vorgeturnten Kräftigungs- und Dehnungsübungen einer Kollegin mit Leistungssport hintergrund.

3. Platz: Fünf-Minuten-Flurtalk

Dieses virtuelle Austauschformat bringt den Plausch auf dem Flur mit täglich wechselnden Gesprächspartnern als Video direkt auf die Bildschirme der Mitarbeitenden. Themen u.a.: skurrile Hobbys, kulinarische Tipps, sportliche Anleitungen.

Sonderpreis: Versorgungssicherheit in Zeiten der Corona-Pandemie

1. Platz: Beschaffung Pandemieschutzartikel

Während der Ausnahmesituation galt es, entschlossen und schnellstmöglich den konzernweiten Bedarf an Pandemieschutzartikeln abzuschätzen, in chaotischem Markt geeignete Lieferanten zu finden, viele Hundert Angebote zu erfassen und zu bewerten, Aufträge zu platzieren, Transportwege neu zu modellieren und diverse Qualitätsprüfungen sowie Bestands- und Abflussüberwachungen zu organisieren. In der bis dato eher kleinvolumigen Warengruppe mussten unlautere Angebote der Lieferantenseite aussortiert werden. Dabei halfen auch das International Procurement Office (IPO) in Shanghai sowie Experten aus Qualitätssicherung, dem Einkauf Logistikdienstleistungen und der Abteilung Strategie. Das Team etablierte zudem ein neues Logistikkonzept quer durch den Konzern. Während sich andere Schutzgütertransporte in China bereits stauten, konnten die Unternehmen DB Schenker und DB Cargo quasi Hand in Hand die „Railbridge“ als schnelle Transportalternative zwischen China und Deutschland organisieren. DB International und DB Systemtechnik stellten in Eigenproduktion Desinfektionsmittel her. DB Netz in Wuppertal nahm Pandemieschutzartikel direkt ab und entlastete mit interner Logistik die Ketten für andere Bedarfsträger. Die Mengensteuerung am DB Marktplatz wurde anhand des Best-Practice-Beispiels der Unternehmensbekleidung auf Pandemieschutzartikel angepasst. Konzerninterne Dienstleister wie die DB Kommunikationstechnik unterstützten durch

Lager- und Logistikleistungen. „Die Herausforderungen aus der Pandemie haben auch zu nachhaltigen Synergieeffekten geführt“, erklärt CPO Uwe Günther. Die Jury betonte den „Pioniergeist“ von Management- und

Projektteams, „die ohne lange Absprachen unorthodox und außerhalb der eingespielten Rollen Verantwortung übernommen haben“. Basis der Erfolge war danach die enge Zusammenarbeit der Be-

schaffung mit dem Konzernkrisenmanagement, den DB-Geschäftsfeldern Schenker, Cargo Eurasia, International, Systemtechnik, Netz und DB Kommunikationstechnik.

Derzeit werden im Nachlauf der chaotischen Verhältnisse im März und April Beschaffungsvorgänge erneut überprüft und wo möglich wird nachverhandelt. Parallel wird die Warengruppenstrategie angesichts der neuen Erkenntnisse überarbeitet.

2. Platz: Bau-Corona-Team

Dieses crossfunktionale Team begleitet für die Beschaffung Infrastruktur nach wie vor die Baufirmen und Bauverbände eng, um z. B. unterbrechungsfrei Material für die Baustellen sicherzustellen und somit den Baustellenbetrieb fortlaufend aufrechtzuerhalten.

3. Platz: Tool Risikomanagement

Ein Team der Beschaffungszentrale hat innerhalb von zwei Monaten eine digitale Austauschplattform geschaffen, um Corona-bedingte Risiken strukturierter zu erfassen, einheitlich zu bewerten und übergreifend zu überwachen. „Dank der Priorisierung der Versorgungsrisiken und der maximalen Transparenz für Bedarfsträger und Produktbereiche hinsichtlich kritischer Lieferanten und Warengruppen hat das Tool mit seinem Dashboard auch maßgeblich dazu beigetragen, die Versorgungssicherheit bestmöglich zu gewährleisten“, befand die Jury.

Was zählt, ist der Aspekt der Gemeinschaft. Wir würdigen ein bewusst-rasches, zielführendes Zusammenspiel einzelner beziehungsweise mehrerer Abteilungen innerhalb der Konzerntöchter.“

Uwe Günther, CPO, DB AG

Die Autorin



Sabine Ursel,
Journalistin, Wiesbaden