

Katalogquote: Anteil des Einkaufsvolumens über elektronische Kataloge

Die Katalogquote beschreibt den Anteil des Beschaffungsvolumens oder der Bestellvorgänge, der über elektronische Lieferantenkataloge abgewickelt wird. Sie ist eine zentrale Kennzahl für den Reifegrad des Digitalen Einkaufs und zeigt, wie viel Beschaffung standardisiert, automatisiert und geregelt erfolgt. Eine hohe Katalogquote reduziert Bearbeitungskosten, verbessert Datenqualität und stärkt die Richtlinien-Compliance Einkauf im Alltag.

Das Wichtigste in Kürze

- Die Katalogquote misst typischerweise den Anteil von Bestellpositionen oder Bestellwert, der über Kataloge läuft.
- Höhere Katalogquoten senken Prozesskosten, weil Such-, Freigabe- und Bestellaufwand deutlich sinken.
- Katalogeignen sich vor allem für C-Teile, Verbrauchsmaterialien und wiederkehrende Standardbedarfe.
- Als Richtwert streben viele Industriebetriebe in der Praxis Katalogquoten von 40 bis 80 Prozent des indirekten Einkaufs an.
- Voraussetzung sind gepflegte Kataloginhalte, klare Freigaberegeln und ein funktionierendes Katalogmanagement.
- Die Quote sollte stets um Preisqualität und Abweichungsquoten ergänzt werden, um Fehlsteuerungen zu vermeiden.

Definition: Katalogquote

Die Katalogquote ist die Kennzahl für den Anteil der Einkaufsvorgänge, die über elektronische Kataloge im Rahmen von E-Procurement abgewickelt werden. Sie kann auf Bestellpositionen, Anzahl der Bestellungen oder Beschaffungswert bezogen werden.

Berechnungsgrundlagen

In der Praxis hat sich die bereichsbezogene Betrachtung bewährt: Katalogpositionen geteilt durch alle Bestellpositionen, jeweils pro Zeitraum und Organisationsbereich. Eine wertbezogene Quote wird zusätzlich genutzt, wenn das Management das investierte Volumen steuern möchte. Wichtig ist eine einheitliche, dokumentierte Abgrenzung, damit Werte über Perioden und Standorte vergleichbar bleiben.

Abgrenzung zu anderen Quoten

Die Katalogquote ist nicht identisch mit der Bestellquote pro Katalog, die das Volumen je individuellem Katalog beschreibt, oder mit der Systematik der Savings Arten, die Preis- und Kosteneffekte misst. Sie sagt auch nichts über die Ausprägung anderer Kennzahlen wie der Backorder-Quote. Vielmehr beschreibt sie die prozessuale Kanalwahl und bildet damit die Basis für weitere Wirkungsanalysen.

Einordnung im E-Procurement

Kataloge sind eine Ausprägung strukturierter Beschaffung neben Punchout-Szenarien, freier Textbestellung und klassischer Anfrage. Je höher die Katalogquote, desto größer ist der automatisierte Anteil des operativen Einkaufs. Das entlastet Einkäufer für strategische Aufgaben wie Feasibility Review Lieferant oder Lieferantenselbstauskunft.

Methoden und Vorgehen zur Erhöhung der Katalogquote

Eine steigende Katalogquote entsteht nicht durch Vorgabe allein, sondern durch systematische Bedarfssegmentierung, Katalogausbau und begleitendes Änderungsmanagement.

Bedarfssegmentierung und ABC-Analyse

Der Ausgangspunkt ist eine saubere Bedarfsanalyse und Bedarfsermittlung über alle indirekten Materialgruppen. Mit einer ABC-Analyse werden die Volumina identifiziert, die sich für Katalogisierung eignen: hohe Bestellfrequenz, geringe Spezifität, standardisierte Produkte. A-Positionen mit hohen Werten bleiben häufig klassisch verhandelt, während B- und C-Bedarfe konsequent in Kataloge überführt werden.

Katalogaufbau und Preisblatt-Integration

Auf Lieferantenseite werden Struktur, Preise und Konditionen in einem Preisblatt oder Katalogformat abgebildet. Wichtig sind einheitliche Artikelstammdaten, Merkmale und Abbildungen, damit Suchtrefferqualität entsteht. Klassifizierungen wie eCI@s oder UNSPSC in allgemein üblicher Form erleichtern die Cross-Katalog-Suche und Vergleichbarkeit.

Freigaben, Rollout und Anreize

Berechtigungskonzepte und Freigabestufen müssen so gestaltet sein, dass die Katalogbestellung der schnellste Weg ist. Ein strukturiertes Rollout Management mit Schulungen, kommunizierten Nutzungsregeln und Ausnahmen-prozess sichert die Akzeptanz. Wer die Quote messbar macht und regelmäßig berichtet, erzeugt Führungsaufmerksamkeit und Verhaltensänderung auf Nutzerseite.

Wichtige KPIs rund um die Katalogquote

Die Katalogquote ist nur im Kontext ergänzender Kennzahlen aussagekräftig. Ein ausgewogenes KPI-Set verhindert, dass Quote auf Kosten von Preis, Lieferfähigkeit oder Compliance optimiert wird.

Bestellquote pro Katalog und Kanal-Mix

Die Bestellquote pro Katalog zeigt, welche Lieferantenkataloge tatsächlich genutzt werden und wo Inhalte oder Preise nachziehen müssen. Ergänzend sollte der Kanal-Mix betrachtet werden: Katalog, Punchout, Anfrage, Freitext. Ein hoher Freitextanteil signalisiert Lücken im Sortiment oder mangelnde Nutzerbindung.

Preis- und Prozesskennzahlen

Wichtige Begleitkennzahlen sind durchschnittliche Bestellwert-Summen, Zykluszeiten von Bestellung bis Wareneingang, Anteil automatisierter Rechnungen sowie Kosteneffekte je Prozess, üblicherweise als Transaktionskosten pro Bestellung. Auch die Backorder-Quote und Lieferzuverlässigkeit der Kataloglieferanten zeigen, ob die Katalogstrategie operative Stabilität liefert.

Compliance- und Datenqualitätskennzahlen

Richtlinien-Compliance Einkauf lässt sich über den Anteil regelkonformer Katalogbestellungen abbilden, etwa innerhalb genehmigter Sortimente und Budgetgrenzen. Datenqualität zeigt sich in der Trefferquote der Katalogsuche, der Stornierungsquote und der Korrekturquote im Rechnungsabgleich. Supply Chain Analytics verbindet diese Kennzahlen zu einem Gesamtbild der Beschaffungsperformance.

Risiken und Kontrollen bei hoher Katalogquote

Eine hohe Katalogquote ist kein Selbstzweck. Ohne Kontrolle können Fehlbeschaffungen, Preisdurchsetzungsschwächen und Abhängigkeiten entstehen.

Fehlsteuerungen im Bedarfsfall

Nutzer kaufen bevorzugt das, was schnell verfügbar ist, nicht notwendigerweise das, was wirtschaftlich korrekt ist. Das kann zu Mischbeständen, Doppelbeständen oder Fehlteilen führen. Ein strukturiertes Fehlteilmanagement und klare Substitute-Logiken im Katalog mindern dieses Risiko. Regelmäßige Spot-Checks der Korbusammensetzung decken Fehlverhalten auf.

Preisdurchsetzung und Sortimentspflege

Katalogpreise müssen aktiv gepflegt werden. In der Praxis veralten Preisblätter schneller als erwartet, insbesondere bei Rohstoff-getriebenen Sortimenten. Vereinbarte Anpassungsmechanismen, Indexklauseln und ein fixer Review-Zyklus sichern die Wettbewerbsfähigkeit.

Sperrbestand-Management und Bestandsabgleich verhindern, dass katalogisierte Artikel beschafft werden, obwohl gebundene Bestände verfügbar sind.

Lieferantenrisiken und Ausnahmen

Hohe Katalogquoten konzentrieren Volumen. Lieferantenzertifikate, Finanzkennzahlen-Reviews und Notfallpläne für kritische Kategorien sind Pflicht. Für ausgewählte Materialien definiert ein Second Source Threshold, ab wann ein Zweitlieferant aufgebaut werden muss. Ein funktionierendes Exception Management regelt die kontrollierten Ausnahmen von der Katalogregel, statt sie in Schattenprozesse abzurängen.

Aktuelle Entwicklungen: Kataloge im Wandel

Kataloge werden vom statischen Preisverzeichnis zu dynamischen, vernetzten Datenprodukten. Digitale Technologien und Datenstandards verändern Aufbau, Pflege und Nutzung.

Dynamische Pricing-Modelle

Statt fixer Katalogpreise setzen zunehmend dynamische Preisvereinbarungen durch: Rabattstufen, mengenabhängige Staffeln oder indexierte Anpassungen, die im Katalog automatisch abgebildet werden. Das verbindet Standardisierung mit Preisdurchsetzung und reduziert manuelle Nachverhandlungen.

KI-gestützte Katalogführung

Moderne Systeme unterstützen die Klassifizierung von Artikeln, die Deduplizierung von Stammdaten und die Suche mit semantischen Verfahren. Das erhöht die Trefferqualität und senkt den Pflegeaufwand erheblich. Künstliche Intelligenz hilft zudem, Abweichungen im Kaufverhalten zu erkennen und gezielte Lenkungsmaßnahmen abzuleiten.

Nachhaltigkeit und Lebenszyklusbetrachtung

Kataloge integrieren zunehmend Nachhaltigkeitsattribute, Zertifikate und Lebenszykluskostenrechnung-Ansätze statt reiner Beschaffungspreise. Einkäufer können so Total-Cost-Entscheidungen direkt im Bestellprozess treffen. Das verlagert die Lenkung vom nachgelagerten Reporting in den Klickmoment des Nutzers.

Umsetzung: Katalogquote im eigenen Unternehmen steigern

Die Erhöhung der Katalogquote ist ein mehrstufiges Programm mit klaren Verantwortlichkeiten, messbaren Zielen und regelmäßiger Überprüfung.

Roadmap und Zielfestlegung

Startpunkt ist eine Ist-Analyse der Kanalverteilung nach Materialgruppen und Organisationseinheiten. Daraus abgeleitet werden realistische Quotenziele je Bereich und Quartal. Die Zielerreichung sollte Teil der Zielvereinbarungen des operativen Einkaufs sein, damit Priorität sichtbar wird.

Lieferantenauswahl und Supplier Shortlist

Auf Basis der Bedarfssegmentierung entsteht eine Supplier Shortlist der Kandidaten, deren Sortiment den größten Quote-Hebel verspricht. Kriterien sind Sortimentsdeckung, Datenqualität, Logistikleistung und Konditionen. Aufwendige Verhandlungen zu Kataloginhalten sollten durch klare technische Anforderungen an das Preisblatt und Lieferzyklen der Katalogaktualisierung strukturiert werden.

Steuerung, Governance und Verbesserungsschleifen

Nach dem Rollout entscheidet die kontinuierliche Steuerung über den nachhaltigen Erfolg. Monatliche Quotenberichte, Auswertung nicht katalogisierter Bedarfe und strukturierte Auswertung von Ausnahmen zeigen Handlungsbedarf. Bei hartnäckigen Abweichungen hilft eine 5-Why-Analyse, um echte Ursachen statt Symptome anzugehen.

Typische Kennzahlen

Katalogquote (Positionsanteil): 40–80 %

typischer Zielkorridor im indirekten Einkauf, abhängig von Branchenstruktur

Bestellquote pro Katalog: > 70 %

Anteil relevanter Bedarfe je Katalog; zeigt Nutzungsqualität

Transaktionskosten pro Bestellung: deutlich niedriger als Freitextbestellung

Katalogprozesse verursachen typischerweise einen Bruchteil des manuellen Aufwands

Trefferquote Katalogsuche: > 90 %

Indikator für Stammdatenqualität und Nutzerakzeptanz

Katalogaktualisierungszyklus: monatlich bis quartalsweise

häufig vereinbarter Rhythmus zur Preisblatt-Pflege

Praxisbeispiel

Ein mittelständischer Maschinenbauer mit rund 400 Mitarbeitenden hatte eine Katalogquote von unter 20 Prozent im indirekten Einkauf. Freitextbestellungen dominierten, Rechnungsabgleich war aufwendig und Preise wurden kaum kontrolliert. Innerhalb von zwölf Monaten wurde die Quote auf über 60 Prozent

gesteigert.

- ABC-Analyse aller indirekten Materialgruppen und Überführung der Top-800-Artikel in drei Lieferantenkataloge
- Vereinbarung dynamischer Preisstaffeln im Preisblatt statt statischer Listenpreise
- Freigabestufen so gesetzt, dass die Katalogbestellung der schnellste Beschaffungsweg war
- Monatliches Reporting von Katalogquote, Backorder-Quote und Bestellquote pro Katalog mit monatlicher Lenkung

Fazit

Die Katalogquote ist eine der aussagekräftigsten Kennzahlen für die Prozessqualität des operativen Einkaufs. Sie misst, wie viel Beschaffung standardisiert, geregelt und automatisiert erfolgt – und entlastet Teams für strategische Aufgaben. Entscheidend ist jedoch die ganzheitliche Betrachtung: Nur in Kombination mit Preisqualität, Lieferzuverlässigkeit und Compliance-Kennzahlen verhindert die Quote Fehlsteuerungen. Wer Katalogisierung als kontinuierliches Programm mit klarer Governance betreibt, erreicht in der Praxis nachhaltig hohe Quoten. Damit wird der Einkaufsprozess vom Kostenfaktor zum messbaren Wertschöpfer.

Häufige Fragen

Was ist die Katalogquote im Einkauf?

Die Katalogquote ist der Anteil der Bestellpositionen oder des Beschaffungswerts, der über elektronische Lieferantenkataloge abgewickelt wird. Sie gilt als Kennzahl für den Digitalisierungsgrad des operativen Einkaufs. Höhere Quoten bedeuten typischerweise niedrigere Prozesskosten und bessere Compliance.

Wie berechnet man die Katalogquote?

Üblich ist die Formel: Katalogpositionen geteilt durch alle Bestellpositionen multipliziert mit 100. Alternativ wird der Wertanteil betrachtet, also Katalogbestellwert durch Gesamtbestellwert. Wichtig ist eine konstante Abgrenzung, damit die Entwicklung über Perioden vergleichbar bleibt.

Welche Katalogquote ist gut?

Das hängt von der Branchen- und Materialstruktur ab. Für den indirekten Einkauf streben viele Industriebetriebe in der Praxis Werte zwischen 40 und 80 Prozent an. Entscheidender als der Absolute-Wert ist die Entwicklung über Zeit und der Vergleich mit dem angestrebten kanalspezifischen Zielland.

Wie kann die Katalogquote erhöht werden?

Wesentliche Hebel sind Bedarfssegmentierung mit ABC-Analyse, Ausbau qualitätsvoll gepflegter Kataloge, einfache Freigabeprozesse und Schulung der Nutzer. Regelmäßiges Reporting und eine klare Governance von Ausnahmen sichern die nachhaltige Wirkung. Auch die Qualität der Suchfunktion beeinflusst die Nutzung deutlich.

Welche Risiken hat eine hohe Katalogquote?

Mögliche Risiken sind Fehlbeschaffungen zugunsten verfügbarer statt passender Artikel, veraltete Katalogpreise und erhöhte Lieferantenabhängigkeit. Gegenmaßnahmen sind Substitut-Logiken, regelmäßige Preisblatt-Reviews, Notfallpläne und definierte Second Source Thresholds. Ein

funktionierendes Exception Management hält Ausnahmen kontrollierbar.

Für welche Produkte eignen sich Kataloge?

Kataloge eignen sich besonders für standardisierte Produkte mit hoher Bestellfrequenz und geringer Spezifität, etwa Verbrauchsmaterial, Werkzeuge, Betriebseinrichtungen und IT-Zubehör. Für komplexe, projektbezogene Bedarfe sind Anfragen mit Feasibility Review Lieferant die bessere Wahl. Deshalb sollte die Katalogquote nicht als globale Ziffer, sondern materialgruppenbezogen gesteuert werden.