

Spend Analytics: Ausgabenanalyse als Fundament strategischen Einkaufs

Spend Analytics bezeichnet die systematische Erfassung, Bereinigung, Klassifizierung und Analyse aller Beschaffungsausgaben eines Unternehmens. Für Einkäufer und Supply-Chain-Verantwortliche im DACH-Raum ist sie die datenbasierte Grundlage, um Einsparpotenziale zu identifizieren, Lieferkonsolidierung voranzutreiben und Nachhaltigkeitsanforderungen zu erfüllen. Ohne belastbare Spend-Daten bleiben Strategien wie Warengruppenmanagement oder E-Sourcing rein intuitive Übungen.

Das Wichtigste in Kürze

- Spend Analytics umfasst die systematische Aufbereitung und Auswertung aller Beschaffungsausgaben über Systeme und Standorte hinweg.
- Kernschritte sind typischerweise Datenerfassung, ETL-Prozess Einkauf, Klassifizierung (z. B. nach ECLASS), Deduplizierung und Analyse.
- In der Praxis lassen sich durch fundierte Spend-Analysen häufig Einsparungen von 5 bis 15 Prozent in konsolidierbaren Warengruppen realisieren.
- Typische KPIs sind Spend unter Management, maverick spend, Lieferkonsolidierungsgrad und Preisniveau je Warengruppe.
- Die Datenqualität ist der kritische Erfolgsfaktor; hier kommen Data Steward und Match-&-Merge-Regeln ins Spiel.
- Moderne Ansätze nutzen KI für automatische Klassifizierung und Anomalieerkennung.

Definition: Spend Analytics

Spend Analytics (deutsch: Ausgabenanalyse oder Spend-Analyse) ist der Prozess der systematischen Sammlung, Aufbereitung und Auswertung von Beschaffungsdaten, um Transparenz über das Einkaufsvolumen zu schaffen und daraus Entscheidungen abzuleiten. Der Begriff wird häufig synonym mit „Spend Analysis“ verwendet, wobei Analytics die kontinuierliche, teilweise automatisierte Auswertung betont.

Abgrenzung zu Reporting und Controlling

Während klassisches Einkaufscontrolling meist auf vordefinierte Berichte und Budgetabgleiche fokussiert, zielt Spend Analytics auf entdeckendes Analysieren: Welche Lieferanten teilen sich ein Volumen? Wo kaufen wir denselben Artikel zu unterschiedlichen Preisen? Welche Abteilungen umgehen Rahmenverträge? Reporting beantwortet vorab definierte Fragen, Analytics generiert neue Fragestellungen. Beide Disziplinen ergänzen sich, doch der strategische Mehrwert entsteht typischerweise in der Analysephase.

Datenquellen im Industrieunternehmen

Relevante Daten stammen in der Praxis aus Bestell- und Rechnungssystemen, ERP-Kern- und

Nebensystemen, Kreditkartentransaktionen, Ausgaben von Standorten und Tochtergesellschaften sowie aus Vertrags- und Katalogsystemen. Bei Fertigungsunternehmen kommen Materialstammdaten hinzu, etwa Klassifizierungen nach ECLASS, die eine produktnahe Auswertung ermöglichen. Auch Daten aus der Katalogverwaltung und aus Lieferplanabrufen fließen in die Analyse ein, da dort Abrufvolumen gegen Rahmenverträge gespielt werden können.

Methoden und Vorgehen: vom Rohdatensatz zur Entscheidung

Ein Spend-Analytics-Projekt folgt in der Praxis einem bewährten Ablauf. Die Herausforderung liegt weniger in der Analyse selbst als in der Datenaufbereitung: unterschiedlichste Lieferantenbezeichnungen, abweichende Warengruppendefinitionen und Dubletten erschweren vergleichbare Auswertungen.

Datenerhebung und ETL-Prozess Einkauf

Der Startpunkt ist die Extraktion der Ausgabendaten aus allen relevanten Quellen. Ein sauberer ETL-Prozess Einkauf (Extract, Transform, Load) vereinheitlicht Formate, Währungen, Steuerschlüssel und Zeiträume. In der Praxis wird empfohlen, mindestens zwölf, besser 24 Monate Historie einzubeziehen, um Saisonalitäten und Einmalaufträge zu erkennen. Wichtig ist die Vollständigkeitsprüfung: Zahlungsdaten allein erfassen oft nicht den gesamten Spend, etwa bei Gutschriften oder Offene-Posten-Salden.

- Quelldaten inventarisieren: ERP, P-Card, Frachtkosten, Leasing
- Feldmapping und Standardisierung von Währungen und Zeiträumen
- Abstimmung mit Finanzbuchhaltung als Kontrollgröße

Klassifizierung und Datenbereinigung

Im Kern steht die Klassifizierung: Jede Transaktion wird einer einheitlichen Warengruppe zugeordnet, idealerweise nach einem branchenoffenen Standard wie ECLASS, ergänzt um eine unternehmensspezifische Hierarchie. Fuzzy-Matching und Deduplizierung verdichten Lieferantenstämme, etwa wenn derselbe Lieferant unter vier Rechtschreibvarianten geführt wird. Match-&-Merge-Regeln helfen, Bestellungen, Wareneingänge und Rechnungen konsistent auf Artikel- und Lieferantenebene zusammenzuführen. Ein Data Steward verantwortet, dass Klassifizierungsregeln dokumentiert, angewendet und fortgeschrieben werden.

Analyse: klassisch und mit KI

Die eigentliche Analyse nutzt bewährte Perspektiven: Spend-Cube (Lieferant × Artikel/Warengruppe × Organisationseinheit und Zeit), Pareto-Analysen zur Identifikation der volumenrelevanten Positionen sowie Preisspread-Analysen für identische Materialien über Standorte hinweg. Ergänzend kommen zunehmend Machine-Learning-Ansätze zum Einsatz, die Transaktionen automatisch klassifizieren, Anomalien wie ungewöhnliche Preisniveaus oder Split-Orders erkennen und zukünftige Bedarfe prognostizieren. Die Ergebnisse entscheiden dann über die Wahl des Instruments: Ausschreibung, Preisverhandlungstechniken oder Lieferantenkonsolidierung.

Wichtige KPIs und Auswertungsperspektiven

Spend Analytics entfaltet ihren Wert erst durch konsistente Kennzahlen, die den Zustand vor und nach Verbesserungsmaßnahmen vergleichen. In der Praxis haben sich einige Kennzahlen als Standard etabliert, deren konkrete Zielwerte je nach Branche und Reifegrad variieren.

Transparenz- und Steuerungskennzahlen

Die wichtigste Größe ist der Spend unter Management, also der Anteil des Beschaffungsvolumens, der aktiv durch Einkaufsprozesse gesteuert wird – typischerweise angepeilt werden Werte deutlich über 80 Prozent. Der KPI Payment Term Adherence zeigt, wie verlässlich vereinbarte Zahlungsziele eingehalten werden, und wird häufig mit Dynamic Discounting kombiniert, um Skontopotenziale systematisch zu nutzen. Auch der Anteil der Bestellungen außerhalb von Rahmenverträgen (Maverick Spend) gehört zur Standardauswertung, da er direkt verdeutlicht, wo verhandelte Konditionen versanden.

Lieferanten- und Warengruppenperspektive

Auf Lieferantenebene interessieren Spend-Konzentration (Anteil der Top-10-Lieferanten am Gesamtvolumen), die Anzahl aktiver Lieferanten je Warengruppe und das Volumen je Land. Im Warengruppenmanagement dient die Spend-Basis dazu, strategische von operativen Gruppen zu trennen und je Gruppe passende Beschaffungsstrategien abzuleiten. Für den Transportbereich lassen sich Transportkosten separat auswerten, um Verlagerungen zwischen Frachträgern und Incoterm-Varianten wie DAP oder DPU auf ihre Kostenwirkung zu prüfen.

Verbindlichkeit und Compliance

Spend Analytics wird zunehmend auch zur Überwachung vertraglicher und regulatorischer Vorgaben genutzt: Werden Rahmenvertragsanhänge tatsächlich abgerufen? Läuft eine Automatische Vertragsverlängerung unbemerkt ab? Für Nachhaltigkeits- und Compliance-Analysen liefert der Spend die Koppelmenge, etwa um Herausforderungen wie die EUDR im Einkauf risikogewichtet zu priorisieren: Je größer das Volumen aus betroffenen Rohstoffkategorien, desto höher die Prüfintensität.

Risiken und Kontrollen in der Spend-Analyse

Der größte Risikofaktor ist nicht fehlende Software, sondern mangelnde Datenqualität und fehlende Verbindlichkeit der Ergebnisse. Ohne klare Governance veralten Klassifizierungen, weichen Auswertungen zwischen Abteilungen auseinander und verlieren Glaubwürdigkeit.

Datenqualität und Governance

Typische Probleme sind Dubletten im Lieferantenstamm, fehlende Klassifizierung von Freitextbestellungen und lückenhaft erfasste Fracht- oder Nebenkosten. Gegenmaßnahmen sind ein definierter ETL-Prozess Einkauf mit dokumentierten Regeln, ein Data Steward als bewusste Rolle (auch anteilig) sowie Matching-Regeln, die inkonsistente Belegketten sichtbar machen. Regelmäßige Stichproben – in der Praxis häufig auf 2 bis 5 Prozent der Transaktionen – sichern die Klassifizierungsgenauigkeit; viele Unternehmen streben dabei Trefferquoten von über 95 Prozent an.

Fehlinterpretationen vermeiden

Spend-Daten erzählen nicht automatisch die Wahrheit: Ein hohes Volumen bei einem Lieferanten kann auftragsbedingt sein, ein Preisspread zwischen Standorten durch unterschiedliche Spezifikationen erklärbar. Vor jeder Konsolidierung oder Neuausschreibung gehört daher die fachliche Plausibilisierung der Daten mit den Fachbereichen. Auch rechtliche Restriktionen wie Kartellrecht bei Preisabfragen oder Besonderheiten bei Exportabwicklung und Gefahrgutmanagement können die Vergleichbarkeit von Ausgaben verzerren und sind im Einzelfall zu prüfen.

Akzeptanz und Organisation

Analyseergebnisse wirken nur, wenn sie in Verantwortung überführt werden. Bewährt hat sich die Kopplung mit Zielen: Einsparpotenziale aus der Spend-Analyse werden Lieferantenmanagern und Warengruppenverantwortlichen als Zielgröße zugeordnet und quartalsweise verfolgt. Ebenso wichtig ist die Schnittstelle zum Einkaufsleitbild: Die Analyse muss die strategischen Leitlinien des Unternehmens – etwa Lieferantenrisiko, Nachhaltigkeit oder Regionalität – widerspiegeln, sonst entsteht ein Widerspruch zwischen Daten und Strategie.

Aktuelle Entwicklungen: KI, Nachhaltigkeit und Digital Supply Chain

Spend Analytics entwickelt sich von einer periodischen Analyseaufgabe hin zu einer kontinuierlichen, teils automatisierten Funktion innerhalb der Digital Supply Chain. Drei Trends prägen die Praxis im DACH-Raum.

Automatisierte Klassifizierung und Anomalieerkennung

KI-gestützte Verfahren klassifizieren Freitextpositionen mit deutlich höherer Geschwindigkeit als manuelle Aufbereitung und lernen aus korrigierten Ergebnissen. Anomalieerkennung hebt automatisch ungewöhnliche Muster hervor: Split-Bestellungen unterhalb von Genehmigungsschwellen, Preissprünge bei Standardteilen oder ungewöhnliche Zahlungszielabweichungen. Die Ergebnisse ersetzen keine Einkäufer, sondern priorisieren, wo manuelle Prüfung den größten Hebel hat.

Spend als Basis für Nachhaltigkeits- und Compliance-Anforderungen

Ausgabendaten werden zur Mengen- und Risikogrundlage für Nachhaltigkeitsanforderungen: für CO2-Hochrechnungen je Warengruppe, für Lieferantenratings vor dem Energieaudit Lieferant oder für die Risikosegmentierung bei regulatorischen Themen wie der EUDR im Einkauf. Da solche Anforderungen Lieferantennachweise verlangen, verzahnt sich Spend Analytics zunehmend mit Lieferantenportalen und Zertifikatsdaten – die Ausgabe wird zur Schnittstelle zwischen Einkauf, Compliance und Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Integration in Beschaffungsprozesse

Analyse wartet nicht mehr auf Quartalsberichte: Moderne Plattformen koppeln Spend-Daten mit E-Sourcing, damit Ausschreibungen direkt aus identifizierten Potenzialen entstehen, und mit Katalogverwaltung sowie Rahmenvertragssteuerung, damit Abrufvolumen gegen verhandelte Konditionen überwacht wird. Auch im Betrieb von Materialbuchungen ergeben sich Rückkopplungen: Wer spend-transparenz stark ist, kann Lieferplanabrufe optimieren und Abweichungen zwischen Bedarf und Vertrag frühzeitig erkennen.

Nutzen und Umsetzung: von der Analyse zum Ergebnis

Spend Analytics ist kein Selbstzweck. Ihr Wert bemisst sich daran, wie schnell und verbindlich Erkenntnisse in Maßnahmen überführt werden – von der Ausschreibung über Lieferantenkonsolidierung bis zu Prozesskontrollen gegen Maverick Spend.

Typische Hebel

In der Praxis entstehen Einsparungen vor allem über vier Hebel: Konsolidierung von Lieferanten und Volumen, Vergleichbarkeit von Preisen über Standorte und Unternehmensteile hinweg, Ausschöpfung verhandelter Konditionen (weniger Maverick Spend, konsequent genutzte Zahlungszielstufen) sowie

Vermeidung unnötiger Bedarfe durch Bedarfs- und Bestandsabgleich. Der Umsetzungshebel liegt häufig im Prozess, nicht im Preis: Wenn Bestellungen konsequent über Kataloge und Rahmenverträge laufen, wirken verhandelte Preise ohne neue Verhandlung.

Voraussetzungen und Stolpersteine

Erfolgreiche Spend-Analytics-Initiativen haben drei Gemeinsamkeiten: klare Governance mit Data Steward und definierten Klassifizierungsregeln, ein dediziertes Tool oder Data-Modell statt Ad-hoc-Tabellen und eine organisatorische Verankerung der Ergebnisse in Zielen und Reviews. Häufige Stolpersteine sind zu ambitionierte Klassifizierungstiefen am Anfang, fehlende Abstimmung mit der Finanzbuchhaltung sowie Analyseergebnisse ohne Verantwortliche. Realistisch geplant werden in der Praxis erste belastbare Ergebnisse nach drei bis sechs Monaten, ein ausgereifter Betrieb nach zwölf bis 24 Monaten.

Typische Kennzahlen

Spend under Management: > 80 %

Anteil des Volumens, das aktiv vom Einkauf gesteuert wird; ambitionierte Organisationen zielen höher.

Maverick Spend: < 5–10 %

Anteil der Ausgaben außerhalb von Rahmenverträgen und Katalogen; niedriger ist besser.

Klassifizierungsgenauigkeit: > 95 %

Anteil korrekt klassifizierter Transaktionen, geprüft per Stichprobe.

Payment Term Adherence: > 95 %

Anteil der Zahlungen innerhalb vereinbarter Zahlungsziele.

Praxisbeispiel

Ein mittelständischer Maschinenbauer mit drei Standorten und rund 120 aktiven Lieferanten im indirekten Bereich erkannte in einer Spend-Analyse, dass identische Verschleißteile über vier Lieferanten und fünfzehn Artikeldubletten beschafft wurden, mit Preisspreads von typischerweise 10 bis 25 Prozent zwischen den Standorten. Rund 30 Prozent des indirekten Volumens lieferte zudem außerhalb von Rahmenverträgen. Darauf aufbauend konsolidierte das Unternehmen die betroffene Warengruppe auf zwei Rahmenlieferanten, harmonisierte Materialstammdaten nach ECLASS und führte monatliche Maverick-Spend-Reports ein.

- ETL-Prozess Einkauf über drei ERP-Systeme mit einheitlicher Währungs- und Zeitachse
- Automatische Klassifizierung nach ECLASS mit Data-Steward-Freigabe kritischer Gruppen
- Konsolidierung der Dubletten-Artikel und Neuausschreibung der Top-Positionen
- Monatliches Maverick-Spend-Reporting mit Verantwortlichen je Standort

Fazit

Spend Analytics ist das datenbasierte Fundament, auf dem strategische Einkaufsentscheidungen erst belastbar werden. Der Unterschied zwischen einem Bericht und einer Analytik liegt in der Verbindlichkeit: Erkenntnisse müssen Klassifizierungsregeln, Verantwortlichkeiten und konkrete Maßnahmen nach sich ziehen. Der wichtigste Investitionspunkt ist dabei nicht die Software, sondern Datenqualität und Governance – exemplarisch verkörpert durch den Data Steward. Wer Spend Analytics kontinuierlich betreibt statt als einmaliges Projekt, schafft die Transparenz, die

Warengruppenmanagement, E-Sourcing und Nachhaltigkeitsanforderungen gleichermaßen brauchen.

Häufige Fragen

Was ist Spend Analytics?

Spend Analytics ist die systematische Erfassung, Bereinigung, Klassifizierung und Analyse aller Beschaffungsausgaben eines Unternehmens. Ziel ist Transparenz über Volumina, Lieferanten und Preise, um Einsparpotenziale zu identifizieren und Einkaufsstrategien datenbasiert zu steuern. Der Begriff wird synonym mit Spend Analysis verwendet.

Welche Schritte umfasst eine Spend-Analyse?

Typisch sind sechs Schritte: Daten aus allen Quellen extrahieren, im ETL-Prozess Einkauf standardisieren, Artikel und Lieferanten klassifizieren und deduplizieren, analysieren (z. B. Spend-Cube, Preisspread), Potenziale ableiten und Maßnahmen umsetzen. Die Datenaufbereitung nimmt in der Praxis meist den größten Aufwand ein.

Wie viel Einsparpotenzial bringt Spend Analytics?

In der Praxis werden durch konsolidierte Ausgabenanalysen häufig Einsparungen von 5 bis 15 Prozent in konsolidierbaren Warengruppen genannt, abhängig von Ausgangssituation und Reifegrad. Der Wert entsteht vor allem durch Lieferantenkonsolidierung, bessere Preisvergleiche und die konsequente Nutzung verhandelter Konditionen. Belastbare Aussagen erfordern eine unternehmensspezifische Analyse.

Welche Daten braucht man für Spend Analytics?

Grundlage sind Bestell-, Rechnungs- und Zahlungsdaten aus allen ERP-Systemen und Standorten, ergänzt um Kreditkartentransaktionen, Vertrags-, Katalog- und Frachtdaten. Wichtig sind vollständige Lieferantenstämme und Klassifizierungen, etwa nach ECLASS. Mindestens zwölf, besser 24 Monate Historie gelten als sinnvolle Basis.

Was ist der Unterschied zwischen Spend Analytics und Spend Management?

Spend Analytics ist die Analyse- und Auswertungsdisziplin: Daten aufbereiten, Kennzahlen bilden, Muster erkennen. Spend Management ist der übergeordnete Steuerungsansatz, der diese Erkenntnisse in Strategien, Verträge und Prozesse überführt. Analytics liefert das „Wo und Warum“, das Management das „Was tun“.

Welche Rolle spielt KI in Spend Analytics?

KI wird vor allem für automatische Klassifizierung von Freitextpositionen, Lieferanten-Deduplizierung und Anomalieerkennung eingesetzt, etwa bei Split-Bestellungen oder ungewöhnlichen Preisen. Sie beschleunigt die Datenaufbereitung erheblich, ersetzt aber keine fachliche Plausibilisierung. Voraussetzung bleibt eine saubere Datenbasis und dokumentierte Klassifizierungsregeln.