

# Supplier Award: Strategische Auszeichnung leistungsstarker Lieferanten

Der Supplier Award ist eine strukturierte Auszeichnung, mit der Unternehmen herausragende Leistungen von Lieferanten über einen definierten Zeitraum würdigen. Er bündelt messbare Bewertungskriterien wie Qualität, Liefertreue und Kosteneffizienz zu einem ganzheitlichen Lieferantenrating und macht die eigene Lieferantenlandschaft sichtbar und vergleichbar. Für den strategischen Einkauf ist der Supplier Award damit mehr als eine symbolische Geste: Er stärkt Partnerschaften, fördert kontinuierliche Verbesserungen und schafft eine gemeinsame Datengrundlage für das Lieferantenjahresgespräch. Im B2B-Umfeld hat sich der Award als Bestandteil moderner Lieferantenbewertung und strategischer Beschaffungsstrategie etabliert.

## Das Wichtigste in Kürze

- Ein Supplier Award zeichnet Lieferanten nach vorher festgelegten, messbaren Bewertungskriterien aus, typischerweise über ein Geschäftsjahr.
- Häufige Prüfbereiche sind Qualität (z. B. PPM-Raten), Liefertreue (OTIF), Kostenentwicklung, Service, Innovation und Nachhaltigkeit.
- Der Award wird meist auf Stufen vergeben, etwa Platinum, Gold, Silver oder „Preferred Supplier“-Status.
- Gute Datenqualität aus ERP, Qualitätsmanagement und Einkaufscontrolling ist Voraussetzung für eine faire Auszeichnung.
- Der Supplier Award ergänzt das Lieferantenjahresgespräch und stärkt langfristige Lieferbeziehungen.
- Rechtlich ist zu beachten, dass Auszeichnungen nicht als wettbewerbswidrige Bevorzugung oder erfundene Werbung des Lieferanten missbraucht werden dürfen.

## Definition: Supplier Award

Ein Supplier Award ist eine formale Anerkennung, die ein Unternehmen an Lieferanten vergibt, die über einen festgelegten Bewertungszeitraum hinweg definierte Leistungsstandards erfüllen oder übertreffen. Er basiert in der Regel auf einem systematischen Lieferantenbewertungsprozess mit quantitativen und qualitativen Bewertungskriterien. Der Award dient zugleich als Steuerungsinstrument: Er motiviert Lieferanten zu Verbesserungen und signalisiert dem eigenen Einkauf, welche Partner strategisch gefördert werden sollen.

## Abgrenzung zur reinen Lieferantenbewertung

Die Lieferantenbewertung ist ein fortlaufendes, meist quartalsweise aktualisiertes Rating aller Lieferanten nach Noten oder Score-Werten. Der Supplier Award greift diese Bewertung auf, hat aber eine zusätzliche Funktion: Er setzt einen öffentlichkeitswirksamen oder prozessual sichtbaren Höhepunkt und verbindet die Bewertung mit Vorteilen wie Volumenverlagerung, früher Projekteinbindung oder Zusatzgeschäft. Während die Bewertung ein Pflichtinstrument des

Einkaufscontrollings ist, ist der Award eine freiwillige Würdigung mit strategischer Wirkung.

### **Typische Award-Stufen und Formen**

In der Praxis haben sich gestufte Konzepte durchgesetzt, etwa Platinum für Top-Lieferanten, Gold und Silver für erfüllte bzw. fast erfüllte Kriterien sowie „Preferred Supplier“-Status. Die Auszeichnung erfolgt häufig per Urkunde, Trophäe, Logo-Nutzungsrecht oder im Rahmen eines Lieferantentags. Viele Unternehmen kombinieren den Gesamtsieg mit Sonderkategorien wie Innovationspreis, Nachhaltigkeitspreis oder Qualitätspreis, um auch Spezialisten mit engem Leistungsspektrum zu würdigen.

## **Methoden und Vorgehen bei der Vergabe**

Ein belastbarer Supplier Award erfordert ein klares, vorab kommuniziertes Regelwerk: Wer wird bewertet, mit welchen Bewertungskriterien, in welchen Gewichten und nach welchem Zeitraum? Wichtig ist die Nachvollziehbarkeit – Lieferanten sollten ihre Score-Entwicklung kennen und auf Verbesserung reagieren können.

### **Festlegung der Bewertungskriterien**

Bewertungskriterien werden je nach Branche und Beschaffungsstrategie gewichtet. Typische Bausteine sind Lieferqualität (PPM, Reklamationsquote), Liefertreue (OTIF, Liefertreuegrad), Kosten- und Preisverhalten (z. B. Preisgleitklauseln, Kostensenkungsvorschläge), Service und Reaktionszeiten, Innovations- und Technologiekraft sowie Nachhaltigkeitsaspekte. Im technischen Einkauf spielen zudem Material-Compliance, Dokumentationstiefe und Flexibilität bei kurzfristigen Bestellauslösungen eine große Rolle.

### **Datenbasis und Prozess**

Grundlage sind meist Systemdaten aus ERP, Qualitätsmanagement im Einkauf und Einkauf-Reporting: Wareneingangsqualität, offene und verspätete Bestellungen, Preisabweichungen und Reklamationen. Ergänzt werden qualitative Elemente aus dem Lieferantenjahresgespräch, etwa Projektverhalten im Design Freeze oder Unterstützung bei der Lieferantenselbstauskunft. Empfehlenswert ist ein jährlicher Zyklus: Datenerhebung, Plausibilisierung, Freigabe durch eine kleinen Award-Jury aus Einkauf, Qualität und Logistik, danach Kommunikation an die ausgezeichneten Lieferanten.

### **Integration in den Lieferantenpool**

Der Award sollte nicht isoliert stehen, sondern mit der Lieferantenklassifizierung verknüpft werden. Ausgezeichnete Lieferanten erhalten häufig bevorzugte Nennung bei neuen Ausschreibungen, frühere Einbindung in Proof of Concept Beschaffung oder erhöhte Planungssicherheit bei der Bedarfsermittlung. Umgekehrt gilt: Lieferanten unterhalb der Schwellenwerte stehen unter Beobachtung; hier kann ein Lieferantenwechsel oder eine gemeinsame Verbesserungsvereinbarung folgen.

## **Wichtige KPIs für den Supplier Award**

Ohne belastbare Kennzahlen verliert der Award seine Glaubwürdigkeit. Kernkennzahlen stammen typischerweise aus dem operativen Tagesgeschäft und dem Einkaufscontrolling. Eine Kompetenzmatrix Einkauf hilft dabei, zusätzlich technische und projektbezogene Lieferantenfähigkeiten einzuschätzen.

## Qualität und Liefertreue

Qualität wird häufig über die Teile-per-Million-Rate (PPM) und die Reklamationsquote gemessen; in der Praxis gelten Werte unter 100 PPM für Serienlieferanten als gutes Niveau. Die Liefertreue wird meist als OTIF (On Time In Full) abgebildet, häufig mit Zielwerten über 95 bis 98 Prozent. Zusätzlich relevant sind Fehlmengen, Ersatzlieferungen und die Termintreue bei Musterteilen.

## Kosten, Service und Nachhaltigkeit

Kostenkriterien umfassen Preisniveau im Marktvergleich, Kostensenkungsvorschläge und Verhalten bei Preisgleitklauseln. Servicekriterien sind Reaktionszeiten, Flexibilität bei kurzfristigen Anfragen und Support im Reklamationsfall. Nachhaltigkeit wird zunehmend über die Lieferantenselbstauskunft, Zertifikate oder das Product Carbon Footprint (PCF) gelieferter Teile bewertet – vor allem wenn der Award eine Nachhaltigkeitskategorie enthält.

## Kommunikation der Kennzahlen

Lieferanten sollten ihre eigenen Kennzahlen transparent erhalten, idealerweise als Scorecard mit Trendanzeige. Dies erzeugt einen fairen Wettbewerb um den Award und macht Verbesserungspotenziale objektiv besprechbar. Unklare oder manuell erfasste Daten führen schnell zu Streit; hier zahlt sich eine saubere Parameterpflege (MRP) und automatisierte Datenerfassung aus.

## Risiken und Kontrollen beim Supplier Award

Der Supplier Award birgt erhebliche Chancen, aber auch Fallstricke: subjectiv vergebene Preise, fehlende Konsequenzen, unfaire Vergleiche zwischen Lieferanten mit völlig unterschiedlichem Leistungsumfang. Klare Kontrollmechanismen und eine saubere Governance sind daher entscheidend.

## Faire Vergleiche sicherstellen

Ein Kommissionierer mit Kleinstvolumen sollte nicht unmittelbar mit einem Serienlieferanten über Millionenpvm verglichen werden. In der Praxis werden deshalb Vergleichsgruppen gebildet, etwa nach Warengruppe, Volumenklasse oder Liefertyp. Weiterhin wichtig: Kriterien, die der Lieferant nicht selbst beeinflussen kann (z. B. eigene Prognosefehler), entweder separat auszuweisen oder nicht in die Bewertung einzubeziehen. Sonst droht eine verfälschte Motivationswirkung.

## Compliance und Rechtliches

Der Award darf nicht als Belohnung für wettbewerbswidriges Verhalten oder als verdeckte Gegenleistung interpretierbar sein. Empfehlenswert ist eine formale Freigabe des Regelwerks über eine Delegation of Authority und ggf. eine rechtliche Prüfung – insbesondere bei/logo-Nutzungsrechten oder öffentlicher Kommunikation. Auch Datenschutz und Geheimhaltung sind relevant, wenn Benchmark-Daten mit mehreren Lieferanten geteilt werden. Diese Hinweise ersetzen keine rechtliche Prüfung im Einzelfall.

## Nachhaltige Wirkung sichern

Ein einmal vergebener Award verpufft, wenn keine Konsequenzen folgen. Wichtig ist die Verknüpfung mit dem Geschäftsanteil: Ausgezeichnete Lieferanten erhalten bevorzugte Zuweisungen bei neuen Projekten oder Ausschreibungen; dauerhaft schwache Lieferanten stehen dagegen unter Lieferantenwechsel-Prüfung oder erhalten auffordernde Verbesserungsmaßnahmen. Ausqualifizierte Lieferanten können mit einem gemeinsamen Ishikawa Diagramm Ursachen analysieren und innerhalb

eines definierten Zeitfensters nachweisen, dass die Schwächen behoben sind.

## Aktuelle Entwicklungen: Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Resilienz

Der Supplier Award wandelt sich mit den Anforderungen an moderne Lieferketten. Nachhaltigkeit, Resilienz und digitale Transparenz rücken stärker in den Fokus der Bewertungskriterien – und damit auch in die Award-Kategorien.

### Nachhaltigkeit als eigenes Kriterium

Viele Einkaufsorganisationen erweitern ihre Lieferantenbewertung um ESG-Kriterien:

Lieferantenselbstauskünfte, Zertifikate, PCF-Daten und Material-Compliance-Nachweise fließen in das Rating ein. Der Supplier Award reagiert darauf mit eigenen Nachhaltigkeitskategorien. Wichtig ist hier, dass die Anforderungen messbar und für den Lieferanten erfüllbar sind – sonst entsteht eine reine Formularkompetenz ohne echten Wirkungsgrad.

### Digitalisierung und Automatisierung

Digitale Lieferantenportale und automatisierte Scorecards reduzieren den manuellen Aufwand erheblich. Daten aus Wareneingang, Reklamationsmanagement und Bestellvorschlag-Systemen fließen direkt in die Bewertung. Manche Unternehmen koppeln den Award an eine kontinuierliche Community: Lieferanten sehen ihre Kennzahlen laufend und können über ein Dashboard aktiv Verbesserungen vorantreiben – der Award wird dann zum natürlichen Ergebnis eines laufenden Prozesses.

### Resilienz und Risiko-Themen

Lieferkettenkrisen haben gezeigt, dass Flexibilität und Versorgungssicherheit zählen. Daher gewinnen Kriterien wie Absicherung bei Lieferengpässen, Doppelverfügbarkeit, transparente eigene Zulieferketten und Reaktionsgeschwindigkeit bei Störungen an Gewicht. Auch Themen wie Netting-Absprachen zwischen konzerninternen Lieferanten oder ein sauberer Incoterms Risikoübergang bei internationalen Lieferanten werden zunehmend als Leistungsfähigkeitssignal bewertet. Wer hier Schwächen zeigt, riskiert trotz guter Qualität, im nächsten Award-Zyklus nicht mehr vorne zu landen.

## Typische Kennzahlen

### OTIF (On Time In Full): > 95 %

In der Praxis üblicher Schwellenwert für Award-Qualifikation; Top-Lieferanten liegen häufig über 98 %.

### PPM-Rate: < 100 PPM

Typischer Richtwert für Serienlieferanten; je nach Branche teils deutlich strenger.

### Liefertreuegrad: > 98 %

Ergänzt OTIF; misst die termingerechte Lieferung unabhängig von der Vollständigkeit.

### Reklamationsquote: < 1 %

Praktischer Richtwert für die Qualitätsbewertung im Rahmen des Awards.

## Praxisbeispiel

Ein mittelständischer Maschinenbauer mit rund 450 aktiven Lieferanten führte einen jährlichen Supplier Award ein. Zuvor gab es nur ein internes Notenrating, das von den Lieferanten kaum wahrgenommen wurde. Das Projektteam aus Einkauf, Qualität und Logistik definierte sechs Kategorien mit festen

Gewichten: Qualität (30 %), Liefertreue (25 %), Kosteneffizienz (15 %), Service und Flexibilität (15 %), Innovation (10 %), Nachhaltigkeit (5 %). Vergleichsgruppen wurden nach Volumenklasse gebildet, damit Kleinlieferanten fair mit größeren Partnern konkurrieren konnten. Nach dem ersten Zyklus erhielten drei Lieferanten den Platinum-Award, acht weitere Gold.

- Automatisierte Scorecard aus ERP- und Qualitätsdaten statt manueller Excel-Pflege, gespeist u. a. aus Wareneingang, Reklamationen und Bestellauslösung.
- Vorab kommuniziertes Regelwerk mit Schwellenwerten und transparenten Bewertungskriterien, inklusive Informationen zu Lieferantenselbstauskunft und Nachhaltigkeitsanforderungen.
- Verknüpfung der Award-Ergebnisse mit dem Lieferantenjahresgespräch und dem Vergabeverhalten bei neuen Projekten und Ausschreibungen.
- Nach dem ersten Zyklus gemeinsame Ursachenanalyse per Ishikawa Diagramm mit den schwächsten Lieferanten statt sofortigem Lieferantenwechsel.

## Fazit

Der Supplier Award ist ein wirkungsvolles Instrument, um Lieferantenleistung sichtbar zu machen, Partnerschaften zu stärken und den eigenen Lieferantenpool aktiv weiterzuentwickeln. Er funktioniert nur, wenn die Bewertungskriterien klar, messbar und vorab kommuniziert werden und die Datenbasis aus ERP, Qualitätsmanagement und Einkaufscontrolling belastbar ist. Entscheidend ist die Konsequenz: Auszeichnungen müssen mit geschäftlichen Vorteilen verbunden sein, Schwächen mit klar vereinbarten Verbesserungsmaßnahmen. Damit wird der Award vom symbolischen Akt zu einem echten Steuerungsinstrument der Beschaffungsstrategie. Wer ihn sauber aufsetzt, schafft einen fairen Wettbewerb um die beste Lieferantenleistung – und langfristig stabilere, leistungsfähigere Lieferbeziehungen.

## Häufige Fragen

### Was ist ein Supplier Award?

Ein Supplier Award ist eine formale Auszeichnung, die ein Unternehmen an Lieferanten vergibt, die über einen definierten Zeitraum hinweg festgelegte Leistungskriterien erfüllen. Typische Prüfbereiche sind Qualität, Liefertreue, Kosten, Service, Innovation und Nachhaltigkeit. Er basiert meist auf einem systematischen Lieferantenbewertungsprozess und wird häufig in Stufen wie Platinum, Gold oder Silver vergeben.

### Nach welchen Kriterien wird ein Supplier Award vergeben?

Üblich sind quantitative Kennzahlen wie PPM-Rate, OTIF (On Time In Full), Reklamationsquote und Preisniveau, ergänzt um qualitative Faktoren wie Reaktionsgeschwindigkeit, Innovationskraft und Nachhaltigkeit. Die Gewichtung wird je nach Branche und Beschaffungsstrategie festgelegt und vorab dem Lieferanten kommuniziert. Wichtig ist, dass alle Kriterien vom Lieferanten selbst beeinflussbar sind.

### Welche Vorteile hat ein Supplier Award für Einkäufer und Lieferanten?

Für Einkäufer schafft der Award Transparenz über die eigene Lieferantenbasis und verbindet die Lieferantenbewertung mit konkreten Vergabeentscheidungen. Lieferanten erhalten belastbares Feedback, Erkennung ihrer Stärken und Schwächen sowie die Chance auf bevorzugte Auftragsvergabe und frühere Projekteinbindung. Beide Seiten profitieren von einer strukturierten Grundlage für das Lieferantenjahresgespräch.

## **Wie oft wird ein Supplier Award vergeben?**

In der Praxis hat sich ein jährlicher Zyklus durchgesetzt, meist zum Ende des Geschäftsjahres. Die Datenerhebung erfolgt laufend, die formale Auszeichnung dann als Höhepunkt – oft im Rahmen eines Lieferantentags oder eines persönlichen Meetings. Manche Unternehmen ergänzen dies durch Sonderpreise für einzelne Projekte oder Kategorien.

## **Gibt es rechtliche Risiken beim Supplier Award?**

Der Award darf nicht als verdeckte Gegenleistung oder Belohnung für wettbewerbswidriges Verhalten interpretierbar sein. Bei Logo-Nutzungsrechten, öffentlicher Kommunikation oder Datenteilung zwischen Lieferanten sollten Geheimhaltung, Datenschutz und ggf. kartellrechtliche Aspekte geprüft werden. Die Ausführungen in diesem Artikel ersetzen keine rechtliche Prüfung im Einzelfall – bei Unsicherheit sollte eine rechtliche Beratung herangezogen werden.

## **Wie unterscheidet sich der Supplier Award vom Preferred-Supplier-Status?**

Der Preferred-Supplier-Status ist eine kontinuierliche Klassifizierung innerhalb des Lieferantenpools und geht meist mit konkreten Vorteilen wie bevorzugter Ausschreibungsnennung oder höherem Volumenanteil einher. Der Supplier Award ist dagegen eine zeitlich begrenzte, formal vergebene Auszeichnung, die häufig auf dem Ergebnis der Lieferantenbewertung basiert. Beide Instrumente ergänzen sich: Der Award würdigt Top-Leistung, der Status regelt den laufenden Geschäftsanteil.