

Supplier Day: Strategisches Format zur systematischen Lieferantenentwicklung

Der Supplier Day ist ein geplanter Veranstaltungstag, an dem ein Unternehmen ausgewählte Lieferanten persönlich trifft, um Strategien, Anforderungen und Entwicklungsziele abzustimmen. Er verbindet Lieferantenevaluation, Roadmap-Abstimmung und Beziehungspflege in einem strukturierten Format. In der Praxis dient er als Katalysator für Partnerschaften auf Augenhöhe und als Frühwarnsystem für Lieferkettenrisiken. Für Einkäufer ist er ein Instrument, um Beschaffungsziele messbar in der Lieferbasis zu verankern.

Das Wichtigste in Kürze

- Ein Supplier Day ist eine moderierte Veranstaltung mit strategisch relevanten Lieferanten auf Einladung des einkaufenden Unternehmens.
- Typischerweise werden die Top-Lieferanten nach Spend, Risiko und strategischer Bedeutung ausgewählt, häufig die wichtigsten 20 bis 50 Partner.
- Kerninhalte sind Geschäftsplanung, Kosten- und Qualitätsziele, Innovationsthemen und die gemeinsame Roadmap.
- Die Vorbereitung basiert typischerweise auf Supplier-Rating-Daten, Audit-Ergebnissen und konkreten Projektzieldefinitionen.
- In der Praxis finden Supplier Days jährlich oder halbjährlich statt; die Teilnehmerquote der eingeladenen Lieferanten liegt häufig bei über 80 Prozent.
- Ergebnisse werden als dokumentierte Vereinbarungen mit Verantwortlichen, Terminen und Kennzahlen festgehalten.

Definition: Supplier Day

Ein Supplier Day ist eine vom einkaufenden Unternehmen organisierte Veranstaltung, zu der strategisch wichtige Lieferanten eingeladen werden, um Ziele, Erwartungen und gemeinsame Projekte verbindlich abzustimmen. Er ist Teil des strategischen Lieferantenmanagements und unterscheidet sich von operativen Terminen wie Angebotsöffnung oder Verhandlungen durch seinen ganzheitlichen, zukunftsgerichteten Charakter.

Abgrenzung zu anderen Lieferantenformaten

Anders als ein Lieferantenaudit bewertet der Supplier Day nicht nur den Ist-Zustand, sondern entwickelt gemeinsam Zielbilder. Er ist auch kein Verhandlungstermin zu Preisen oder einer Preiseskalationsklausel, wenngelvecommerciellen Rahmenbedingungen angesprochen werden dürfen. Während ein Supplier Rating kontinuierlich Leistung misst, übersetzt der Supplier Day diese Daten in vereinbarte Entwicklungsmaßnahmen. Auch von reinen Netzwerkveranstaltungen oder Messebesuchen hebt er sich durch Verbindlichkeit und dokumentierte Ergebnisse ab.

Einordnung in die Beschaffungsstrategie

Der Supplier Day ist ein Baustein der Lieferantenentwicklung und speist sich aus der Bedarfsanalyse, der Lieferantensegmentierung und den abgeleiteten Beschaffungszielen. Er wirkt als Rückgrat der Kommunikation mit der Lieferbasis: Inhalte aus der strategischen Planung werden personalisiert kommuniziert, Feedback der Lieferanten fließt zurück in Sourcing-Entscheidungen, Projekteinkauf und die langfristige Standardisierung der Lieferkette.

Ziele und Nutzen eines Supplier Day

Ein Supplier Day verfolgt mehrere messbare Ziele: die Verbindliche Vereinbarung von Verbesserungen, die Reduktion von Lieferkettenrisiken und die Stärkung der Partnerschaft. Er schafft Transparenz in beide Richtungen und beschleunigt Entscheidungen, weil Entscheidungsträger beider Seiten persönlich zusammenkommen.

Strategische Ziele

Im Vordergrund stehen die Sicherung von Versorgung, Kapazität und Innovationszugang. Das Unternehmen kommuniziert seine Technologie- und Absatzroadmap soweit vertretbar, damit Lieferanten früh in Nullserienbeschaffung und Vorhaben wie Replenishment-Konzepte einbinden kann. Gleichzeitig werden Erwartungen zu Lieferzeit, Qualität und Nachhaltigkeit – etwa entlang des Lieferkettengesetzes – verdeutlicht. Der Supplier Day macht aus abstrakten Beschaffungszielen konkrete, gemeinsam getragene Verpflichtungen.

Operativer und relationaler Nutzen

Operativ werden offene Punkte aus dem Tagesgeschäft gebündelt geklärt: kritische Blanket-Order-Positionen, Eskalationen aus der Reklamationsbearbeitung oder Engpässe bei Komponenten mit hohem Bestellobligo Einkauf. relational reduziert der persönliche Austausch Reibungsverluste, verkürzt Eskalationswege und erhöht in der Praxis die Priorität, die der Lieferant dem Unternehmen im eigenen Auftragsspektrum einräumt. Das wirkt sich häufig direkt auf Kapazitätszuteilung in Knappheitsphasen aus.

Methoden und Vorgehen: Planung bis Nachbereitung

Ein wirksamer Supplier Day folgt einem klaren Ablauf: Auswahl der Teilnehmer, datengestützte Vorbereitung, strukturierte Durchführung und verbindliche Nachbereitung. Ohne disziplinierte Vorbereitung verkommt das Format zur Veranstaltung ohne Wirkung.

Teilnehmerauswahl und Vorbereitung

Basis ist die Lieferantensegmentierung: strategische Partner, bevorzugte und bedarfsorientierte Lieferanten. In der Praxis werden die nach Spend-Volumen, Risiko und Innovationspotenzial wichtigsten Partner eingeladen – häufig eine zweistellige Anzahl. Vorab werden je Lieferant ein Leistungsbild aus dem Supplier Rating, Audit-Score Lieferant, offene Maßnahmen und konkrete Zielvorgaben aufbereitet. Ein kurz gehaltener Fragebogen vorab hilft, Erwartungen zu sammeln und die Agenda zu schärfen.

Ablauf der Veranstaltung

Typisch ist ein Mix aus Plenum und Einzelgesprächen: Begrüßung durch das Management, Präsentation der Unternehmens- und Beschaffungsstrategie, Auszeichnung überdurchschnittlicher Lieferanten und anschließend moderierte Bilateral-Termine. Dort werden Kennzahlen, Offene Punkte

aus Purchase-to-Pay-Prozessen, geplante Ausschreibungen mit anstehender Request for Quote (RFQ) und Projektinitiativen besprochen. Ein Zeitpuffer für unangekündigte Themen gehört zur guten Praxis.

Nachbereitung und Follow-up

Nach der Veranstaltung wird je Lieferant ein Ergebnisprotokoll mit Maßnahmen, Verantwortlichen und Terminen erstellt – formal oft als Amendment zu Rahmenvereinbarungen oder als separates Commitment-Papier. Die Umsetzung wird in den Folgequartalen über Regular-Termine und das Lieferantenreview verfolgt. In der Praxis hat sich bewährt, nicht abgeschlossene Maßnahmen explizit auf dem nächsten Supplier Day zu adressieren, um Verbindlichkeit zu sichern.

Wichtige KPIs und Inhalte eines Supplier Day

Der Erfolg eines Supplier Days zeigt sich in messbaren Ergebnissen. Die relevante Kennzahlenlandschaft speist sich aus dem laufenden Lieferantenmanagement und wird auf dem Event transparent gemacht.

Leistungs- und Risikokennzahlen

Kerngrößen sind Liefertreue und Lieferzeit-Treue, Qualität (z. B. Fehleranteile in PPM), Reaktionszeiten auf Anfragen und die Entwicklung des Supplier Rating. Ergänzend werden Audit-Score Lieferant, Zertifizierungsstatus (etwa zu REACH-relevanten Stoffdaten bei Chemikalien) und Finanzkennzahlen als Risikofrüherkennung herangezogen. Diese Daten werden vorab aufbereitet und im Gespräch als gemeinsame Ausgangsbasis verwendet.

Fortschritts- und Kooperationskennzahlen

Auf Kooperationsseite zählen der Umsetzungsgrad vergangener Maßnahmen, die Anzahl gemeinsamer Entwicklungs- und Kostensenkungsprojekte sowie der Anteil vereinbarter Laufzeiten und Blanket-Order-Volumina. Auch Zahlungskonditionen – etwa 2/10 Net-Rabatte – und Prozessdigitalisierung, zum Beispiel Elektronischer Datenaustausch und Netting im Konzernzahlungsverkehr, werden häufig thematisiert. Der Supplier Day selbst wird retrospektiv über Teilnehmerquote, Zufriedenheit und abgeschlossene Maßnahmen bewertet.

Risiken und Kontrollen beim Supplier Day

Trotz seiner Vorteile birgt das Format Risiken: Kannalisierung strategischer Informationen, Erwartungsweckung ohne Follow-up und ungleiche Machtverhältnisse. Kontrollen und klare Regeln minimieren diese Schwächen.

Informations- und Verhandlungsrisiken

Im Plenum darf keine vertrauliche Information geteilt werden, die Wettbewerbsvorteile verspielt oder Kartellrechtsprobleme aufwirft – Preisabstimmung zwischen Wettbewerbern unter Teilnehmern ist tabu und erfordert klare Moderation. Bilaterale Zusagen etwa zu Volumina oder Limitation of Liability gehören in schriftliche Verträge, nicht in Präsentationen. Binding Offer-Charakter hat ein Supplier Day grundsätzlich nicht; verbindlich ist nur das, was anschließend dokumentiert wird.

Glaubwürdigkeit und Follow-up

Der größte Reputationsrisiko ist ein Supplier Day ohne Konsequenz: Wird Kritik geäußert, aber keine Maßnahmen umgesetzt, sinkt die Glaubwürdigkeit nachhaltig. Kontrollen sind ein dokumentiertes

Maßnahmenverfolgung mit klaren Fristen, die Kopplung an erkenntnisorientierte Instrumente wie Rahmenverträge, Qualifikationsentscheidungen und die langfristige Lieferantenstrategie. Auch die Erwartungshaltung der Lieferanten – etwa nach Volumengarantien – sollte realistisch und ehrlich gemanagt werden.

Aktuelle Entwicklungen: Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Supplier Days verändern sich: Digitale Formate und Plattformen ergänzen Präsenzveranstaltungen, und Nachhaltigkeitsthemen dominieren zunehmend die Agenda. Der Trend geht Richtung kontinuierlichem Dialog statt einmaligem Großevent.

Hybride und datengetriebene Formate

Viele Unternehmen kombinieren zentrale Supplier Days mit quartalsweisen virtuellen Reviews. Lieferantenportale und integrierte Purchase-to-Pay-Systeme liefern laufend Kennzahlen, sodass der Präsenztermin stärker für strategische Themen genutzt wird. KI-gestützte Anfrage- und Analysewerkzeuge verkürzen die Vorbereitung, etwa bei der Aufbereitung von Rating- und Spend-Daten. Der Supplier Day wird damit vom Jahresereignis zum Höhepunkt eines kontinuierlichen Dialogs.

Nachhaltigkeit und Compliance im Fokus

Anforderungen aus dem Lieferkettengesetz, CO₂-Bilanzierung, Kreislaufwirtschaft und REACH-Konformität sind heute Standardagenda-Punkte. Lieferanten werden zunehmend gebeten, Verbesserungsprogramme mit Zielwerten zu unterzeichnen. In der Praxis verbinden Unternehmen diese Themen mit konkreter Unterstützung – etwa gemeinsamen Workshops – statt nur mit Anforderungen. Der Supplier Day ist das geeignete Forum, um diese Partnerschaftlichkeit zu demonstrieren und zugleich Verbindlichkeit zu erzeugen.

Typische Kennzahlen

Teilnehmerquote eingeladenener Lieferanten: > 80 %

Typischer Richtwert für gut akzeptierte Formate

Umsetzungsgrad vereinbarter Maßnahmen: > 85 %

Innerhalb eines Jahres nach dem Supplier Day

Liefertreue der Teilnehmer: > 95 %

Häufig Zielkorridor der eingeladenen strategischen Lieferanten

Abgeleitete Projektanzahl je Lieferant: 3–5

Praxisübliche Anzahl konkreter Maßnahmen pro Bilateral-Termin

Praxisbeispiel

Ein mittelständischer Maschinenbauer mit rund 300 aktiven Lieferanten lud zum ersten Supplier Day die 25 wichtigsten Partner ein. Vorbereitung basierte auf dem Supplier Rating, Audit-Scores und einer Bedarfsanalyse für das kommende Modelljahr. Im Plenum präsentierte die Geschäftsführung Technologie-Roadmap und Beschaffungsziele; in Bilateral-Terminen wurden je Lieferant drei bis fünf Maßnahmen vereinbart.

- Vereinbarung von Blanket Orders mit fixierten Kapazitätsreserven für drei kritische Zukaufteile

inklusive verbesserter Lieferzeit-Zusagen

- Gemeinsames Kostensenkungsprogramm bei zwei strategischen Partnern mit quartalsweisem Review der Zielwerte
- Onboarding-Plan für die Nullserienbeschaffung eines neuen Baugruppenwerks mit definierten Meilensteinen
- Vereinbarung halbjährlicher virtueller Follow-up-Termine zur Maßnahmeverfolgung, dokumentiert als Amendment zum Rahmenvertrag

Fazit

Der Supplier Day ist mehr als eine Feierlichkeit: Er ist das zentrale Steuerungsinstrument, um Beschaffungsziele in der Lieferbasis zu verankern und Partnerschaften messbar zu entwickeln. Sein Erfolg hängt weniger von der Inszenierung ab als von datengestützter Vorbereitung und disziplinierter Nachverfolgung. Wer Ergebnisse dokumentiert, Kennzahlen transparent macht und Zusagen einhält, stärkt Versorgungssicherheit und Innovationskraft zugleich. In Zeiten gestörter Lieferketten und steigender Compliance-Anforderungen gewinnt das Format weiter an Bedeutung. Ein gut geführter Supplier Day zahlt direkt auf Lieferantenbindung, Risikoabbau und Wettbewerbsfähigkeit ein.

Häufige Fragen

Was ist ein Supplier Day?

Ein Supplier Day ist eine vom einkaufenden Unternehmen organisierte Veranstaltung mit ausgewählten strategisch wichtigen Lieferanten. Ziel ist die Abstimmung von Strategien, Anforderungen und Entwicklungsprojekten auf persönlicher Ebene. Ergebnisse werden als dokumentierte Maßnahmen mit Verantwortlichen und Terminen festgehalten.

Welche Lieferanten werden zu einem Supplier Day eingeladen?

Üblich ist die Einladung der strategisch wichtigsten Partner nach Spend-Volumen, Risikopotenzial und Innovationsrelevanz – in der Praxis häufig die Top 20 bis 50 Lieferanten. Auch ausgewählte Lieferanten mit Entwicklungsbedarf werden eingeladen, um Verbesserungsziele direkt zu vereinbaren. Die Basis liefert die Lieferantensegmentierung entlang der Beschaffungsstrategie.

Wie oft findet ein Supplier Day statt?

In der Praxis finden Supplier Days jährlich oder halbjährlich statt, ergänzt durch quartalsweise virtuelle Reviews. Bei tiefen strategischen Partnerschaften sind auch themenspezifische Termine mehrfach pro Jahr üblich. Entscheidend ist weniger die Frequenz als die konsequente Nachverfolgung der vereinbarten Maßnahmen.

Welche Themen gehören auf die Agenda eines Supplier Days?

Typische Inhalte sind Unternehmens- und Beschaffungsstrategie, Leistungsdaten aus dem Supplier Rating, Qualitäts- und Lieferziele, Innovations- und Kostenprojekte sowie Compliance- und Nachhaltigkeitsthemen. Auch operative Punkte wie Rahmenverträge, Konditionen oder Prozessdigitalisierung werden in Bilateral-Terminen behandelt. Ein Mix aus Plenum und Einzelgesprächen hat sich bewährt.

Was kostet ein Supplier Day und lohnt sich der Aufwand?

Die Kosten setzen sich aus Organisation, Anreise der Teilnehmer und internem Vorbereitungsaufwand

zusammen; bei überschaubarem Rahmen in der Praxis häufig im niedrigen fünfstelligen Bereich. Der Nutzen zeigt sich in höherer Liefertreue, schnelleren Projektstarts und stärkerer Priorität beim Lieferanten. Die meisten Unternehmen bewerten den Aufwand als wirtschaftlich, sofern Maßnahmen konsequent verfolgt werden.

Wie unterscheidet sich ein Supplier Day von einem Lieferantenaudit?

Ein Audit prüft systematisch den Ist-Zustand von Prozessen und Qualifikationen, oft vor Ort mit Prüfprotokoll. Der Supplier Day ist ein strategischer Dialog, der Bewertungsergebnisse in gemeinsame Zielvereinbarungen übersetzt. Beide Instrumente ergänzen sich: Audits liefern die Datenbasis, der Supplier Day die gemeinsame Entwicklung.