mercateo

Die Beschaffungsplattform für Geschäftskunden

Managed Supply bei Mercateo

SILVER 2019 ecovadis CSR Rating

Vertrauen und Qualität sind die Basis für eine langfristige Geschäftsbeziehung. Aus diesem Grund stellen wir hohe Ansprüche an unsere Lieferanten, die wir für den Mercateo Marktplatz auswählen. Um Ihnen aus der überwältigenden Menge an Lieferanten die bestmögliche Artikelvielfalt sowie ein optimales Einkaufserlebnis zu bieten, arbeiten wir ausschließlich mit sorgfältig geprüften und qualitätsgesicherten Lieferanten aller Handelsstufen zusammen.

www.mercateo.at/managed-supply

Managed Supply bei Mercateo

Stand: Dezember 2019

mercateo

Inhalt

1 **Ziele unseres Lieferantenmanagements** 4

2 **Vertrauen und Verlässlichkeit als Treiber für unseren gemeinsamen Erfolg** 5

Externe Audits und Zertifikate 5

Mercateo Codex 5

Datensicherheit 5

Einhaltung von Schutzrechten und rechtlichen Vorgaben 6

Permanente Qualitätssicherung 6

3 **Code of Conduct** 7

4 **Geprüfte und qualitätsgesicherte Lieferanten – Gelebte Vielfalt** 8

Lieferantenauswahl 8

Basisanforderungen 8

Kriterien für die strategische Analyse 9

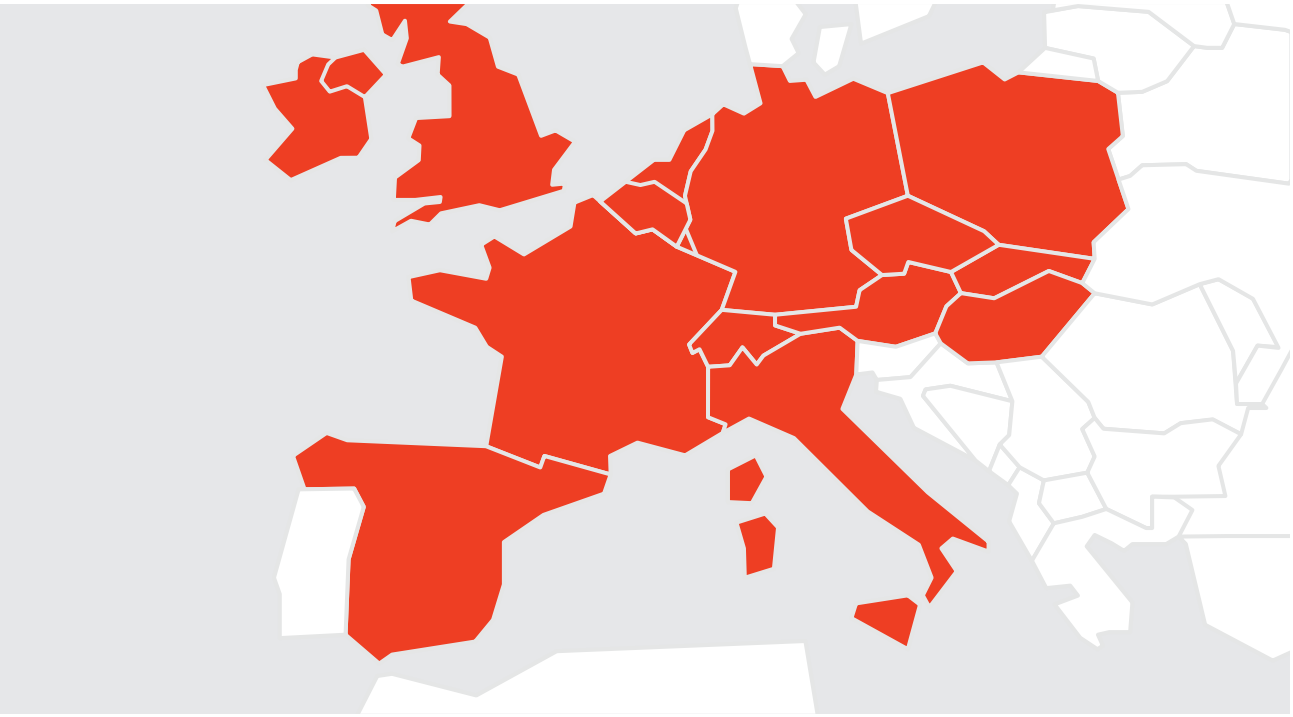
Technische Anforderungen 10

Lieferantenbewertung 10

Lieferantenentwicklung 11

1 Ziele unseres Lieferantenmanagements

Unser grundsätzliches Ziel ist es, unseren Kunden in jedem Land bei der Beschaffung von indirekten Bedarfen die größtmögliche Artikelvielfalt zur Verfügung zu stellen. Dabei stehen wettbewerbsfähige Konditionen, ein umfangreiches Sortiment und Leistungsfähigkeit stets im Fokus.



Derzeit arbeiten wir mit 760 geprüften Lieferanten jeder Handelsstufe in 14 europäischen Ländern zusammen, d. h. mit Herstellern, Distributoren und Händlern.

Wir verstehen die Entwicklung unserer Lieferanten als partnerschaftliche Zusammenarbeit und wollen somit die Beschaffungsprozesse unserer Kunden leistungsfähig und nachhaltig gestalten. Daher sollen auf dem Mercateo Marktplatz ausschließlich Lieferanten vertreten sein, die den Qualitätskriterien der Mercateo Gruppe sowie den Verhaltensrichtlinien, die wir im Code of Conduct festgehalten haben, und den gesetzlichen und ethischen Ansprüchen genügen. Hierzu werden die Lieferanten mit unserer Lieferantenvereinbarung auch vertraglich verpflichtet. Die Qualitätskriterien verlangen von unseren Lieferanten ein konstant hohes Qualitätsniveau der Lieferungen und Leistungen. Wir fordern wettbewerbsfähige Konditionen, Flexibilität und optimale Liefertreue, um unser dynamisches Geschäftsfeld gemeinsam zu bearbeiten. Ein weiterer Teil unserer Arbeit besteht in der kontinuierlichen Qualitätskontrolle und der strategischen Weiterentwicklung unserer Lieferanten.

Da Compliance für Kunden einen großen Beitrag zur Wertschöpfung liefert, wollen wir den daraus resultierenden Anforderungen an einen verlässlichen Beschaffungsprozess vollständig entsprechen. Wir setzen im Umgang mit unseren Lieferanten auf persönlichen Kontakt, Kooperation und Langfristigkeit. Nur so können wir gemeinsam sicherstellen, dass für alle Akteure im Wettbewerb ein nachhaltiger Erfolg möglich ist.

2 Vertrauen und Verlässlichkeit als Treiber für unseren gemeinsamen Erfolg

Integrität und Vertrauen sind ein wesentlicher Bestandteil des Erfolges, den die Mercateo Gruppe seit ihrem Bestehen erarbeitet hat. Diese Werte tragen wir nach außen und pflegen sie täglich im Umgang mit Lieferanten und Kunden

Externe Audits und Zertifikate

Mercateo selbst unterzieht sich Audits und lässt von externen Ratingagenturen die Qualität der Prozesse prüfen und bewerten.

Im Dezember 2019 wurden wir erneut von EcoVadis zu unseren CSR-Aktivitäten zertifiziert und mit einer Silbermedaille ausgezeichnet. Mercateo liegt damit in den oberen 18 Prozent der beurteilten Unternehmen der Branche. Durch dieses Zertifikat werden Mercateo Nachhaltigkeit, Umweltschutz und soziale Verantwortung von einer externen Prüfinstanz bestätigt.

Auf dieser Auszeichnung ruhen wir uns nicht aus, sondern arbeiten kontinuierlich daran, noch besser zu werden und optimieren unsere Leistungen in Abstimmung mit unseren Lieferanten ständig weiter.

Mercateo Codex

Für uns ist es selbstverständlich, dass alle Lieferanten die geltenden Gesetze und Regelungen der Länder, in denen sie für uns tätig sind, sowie den Code of Conduct befolgen und ihre Verpflichtungen in zuverlässiger Art und Weise erfüllen. Was wir von unseren Partnern erwarten, gilt selbstverständlich auch für Mercateo selbst.

Wir legen einen hohen Wert auf Chancengleichheit, um Lieferanten und Einkäufern ungeachtet der jeweiligen Unternehmensgröße die bestmögliche Teilnahme am Markt zu ermöglichen. Absprachen zum Nachteil Einzelner werden nicht

getroffen. Fairness im Wettbewerb stellen für uns einen der wichtigsten Werte für ein vertrauensvolles und langfristig erfolgreiches Miteinander dar.

Datensicherheit

Mercateo nimmt den Schutz der Daten sehr ernst und unterhält alle Plattformen der Mercateo Gruppe im Einklang mit den geltenden Rechtsvorschriften zum Datenschutz mit der Einbeziehung der Vorgaben der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Die Datenschutzerklärung weist ausführlich auf alle datenverarbeitenden Tätigkeiten hin und wird von jedem unserer Geschäftspartner bestätigt.

Um Daten gegen unbeabsichtigte oder unrechtmäßige Weitergabe, Zugriffe oder gegen deren Manipulation oder Verlust sowie gegen sonstigen Missbrauch zu schützen, werden geeignete technische und organisatorische Maßnahmen getroffen. Zum Beispiel arbeiten wir mit dem Verschlüsselungsstandard SSL und hosten sowie verarbeiten alle Daten auf Servern in Deutschland.

Einhaltung von Schutzrechten und rechtlichen Vorgaben

Als verlässlicher Partner für unsere Kunden stellen wir sicher, dass geistiges Eigentum geschützt und weitere Schutzrechte eingehalten werden. Produktdaten und Produktbilder beziehen wir direkt vom Hersteller oder von qualifizierten Content-Dienstleistern. Die stetig aktualisierten Unterlassungserklärungen, die wir gegenüber den Inhabern der Markenrechte abgeben, müssen von jedem Lieferanten eingehalten werden. Wir folgen auch unserer Verantwortung beim Umsatzsteuergesetz, das heißt, dass über Mercateo ausschließlich Lieferanten ihre Ware vertreiben, die eine Bescheinigung einer Deutschen Finanzbehörde über die Eintragung als Steuerpflichtiger vorlegen.

Permanente Qualitätssicherung

Wir legen großen Wert auf eine konstante Qualität der Waren und haben daher interne Prüfprozesse installiert, um Markenpiraterie oder den Handel mit Grauware und Plagiaten zu unterbinden. Dadurch stellen wir sicher, dass keine minderwertige Ware und gefälschte Artikel auf unserem Marktplatz vertrieben werden.

Sollten Sie jedoch Diskrepanzen/Unstimmigkeiten feststellen, können Sie unserer Rechtsabteilung jederzeit Ihre Beobachtung mitteilen. Nutzen Sie hierfür die E-Mail-Adresse recht@mercateo.com

3 Code of Conduct

Der Mercateo Verhaltenskodex beschreibt die wesentlichen Anforderungen von Mercateo an seine Geschäftspartner hinsichtlich deren Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt. Mercateo erwartet von seinen Partnern und Lieferanten hierbei die volle Akzeptanz und aktive Unterstützung, um diese Prinzipien entlang der gesamten Lieferkette zu erfüllen. Der Code of Conduct ist Teil des Vertrages, den wir mit unseren Lieferanten schließen.

Für Mercateo und seine Partner sind folgende Prinzipien in ihrer Wahrung und Einhaltung von zentraler Bedeutung. Deshalb verpflichten wir uns und unsere Partner darauf, sich für sie einzusetzen:

- → Schutz der Menschenrechte der Mitarbeiter
- → Achtung von Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter
- → Schutz der Menschenwürde
- → Schutz der Umwelt
- → Einhaltung eines fairen Wettbewerbs und Bekämpfung von Korruption

4 Geprüfte und qualitätsgesicherte Lieferanten – Gelebte Vielfalt

Wir bei Mercateo leben Vielfalt.
Diese zeigt sich auch bei unseren Partnern.

Derzeit arbeiten wir mit 760 geprüften und qualitätsgesicherten Lieferanten aller Handelsstufen in 14 europäischen Ländern im Sinne einer strategischen Partnerschaft zusammen. Das breite Sortiment auf dem Marktplatz umfasst derzeit 16.400 Marken namhafter Hersteller und über 23 Mio. Artikel in 29 Kategorien.

Für uns beginnt die strategische Partnerschaft bereits mit der Lieferantenauswahl. Nur eine fundierte Entscheidung stellt die Grundlage einer professionellen Zusammenarbeit dar. Diese Lieferanten dann erfolgreich zu integrieren, zu bewerten und systematisch weiterzuentwickeln, sind weitere wichtige Eckpfeiler.

Lieferantenauswahl

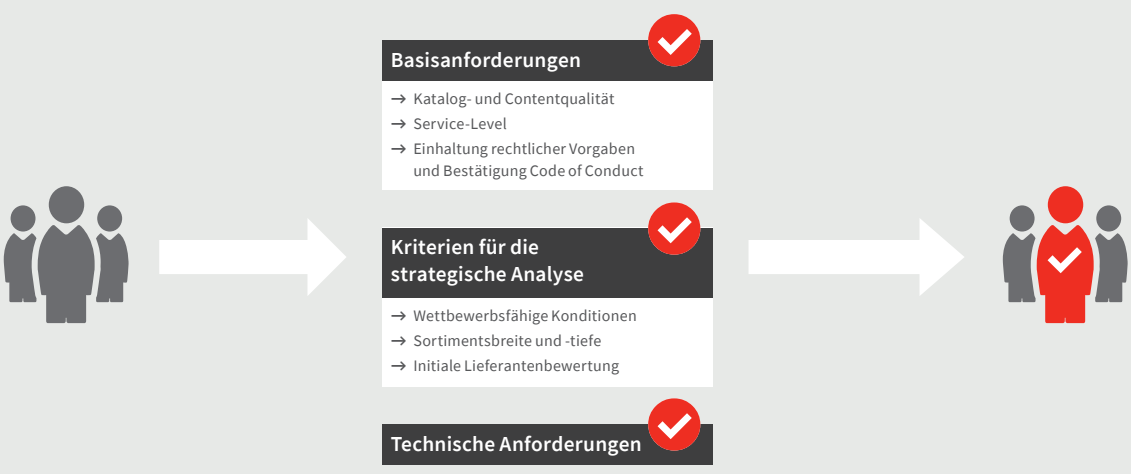
Wer passt zu uns? Wir haben das Ziel, länderübergreifend die besten Lieferanten auszuwählen. Dabei sind die Qualität der Zusammenarbeit, die spezifische Leistungsfähigkeit, größtmögliche Sortimentsvielfalt und die strategische Bedeutung entscheidend. Lieferanten werden unabhängig von ihrer Unternehmensgröße gleichberechtigt ausgewählt. Entscheidungen für einzelne Lieferanten treffen wir ausschließlich unter objektiven und nachvollziehbaren Kriterien. Bei der Auswahl von Lieferanten und Dienstleistern, bei der Umsetzung von Zielen und der Bewertung von Lieferantenleistungen berücksichtigen wir serviceorientierte, preisliche und logistische Gesichtspunkte genauso wie konstantes Qualitätsniveau, Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit. Hierbei gehen wir nach einem einheitlichen Verfahren vor und arbeiten immer transparent.

Dabei unterscheiden wir in Basisanforderungen, die unsere Lieferanten zwingend erfüllen müssen, Kriterien, die für eine strategische Einordnung geprüft werden sowie technischen Anforderungen.

Basisanforderungen

Katalog- und Contentqualität

Unsere Lieferanten sind verpflichtet, uns einen elektronischen Katalog zur Verfügung zu stellen. In diesem müssen zu jedem Artikel spezifische Informationen enthalten sein, beispielsweise Artikeldaten, Herstellernummern, Produktsicherheitsblätter oder sicherheitsrelevante Kennzeichen bei bestimmten Waren. Wir achten darauf, dass doppelte Produktinformationen verschie-



Lieferantenauswahl (Stand: Juni 2019)

dener Lieferanten für den Kunden übersichtlich gebündelt und zusammengefasst werden. Für optimale Suchergebnisse fassen wir Duplikate zusammen und verlassen uns dabei nicht allein auf Algorithmen, sondern auch auf die Expertise unserer Fachabteilungen. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass Kunden unterschiedliche Konditionen identischer Artikel vergleichen können. Wir verpflichten unsere Lieferanten, Produktinformationen regelmäßig zu aktualisieren. Darüber hinaus ergänzen wir die Artikeldaten der Lieferanten um die externer Contentdienstleister, um Katalogdaten von über 280 Herstellern und um UNSPSC und eCl@ass-Angaben. Auf diese Weise können wir gewährleisten, dass die Anforderungen unserer Kunden an einen optimalen Informationsaustausch erfüllt werden und kein Lieferant ausgeschlossen wird.

Service Level

Zuverlässigkeit und Flexibilität sind Versprechen, die wir gegenüber unseren Kunden bei unserem Service einhalten und daher von unseren Lieferanten erwarten. Da beispielsweise bei Reklamationen und Retouren Mercateo die Kommunikation zu den Lieferanten übernimmt und für eine umfassende Lösung im Sinne des Kunden sorgt, müssen unter anderem die Erreichbarkeit, das Antwortverhalten und Kulanzverhalten ausgezeichnet sein. Auf beiden Seiten gibt es somit einen verlässlichen Ansprechpartner in der jeweiligen Landessprache: Mercateo.

Einhaltung rechtlicher Vorgaben und Bestätigung des Code of Conduct

Die Einhaltung der rechtlichen Vorgaben wie RoHS II, Sicherheitsdokumentation, REACH-Verordnung und Verpackungsverordnung sind Grundvoraussetzung für eine gemeinsame Zusammenarbeit. Auch die Bestätigung und Einhaltung des Code of Conduct ist Bestandteil des Lieferantenvertrags.

»Mercateo bietet ein umfassendes Sortiment, eine ausführliche Beschreibung sowie Darstellung der Artikel und somit eine gute Vergleichbarkeit der Produkte. Für uns ist es ein großer Vorteil, Sortimente unserer Stammlieferanten mit Sonderkonditionen als Kataloge listen zu können. Somit kann den Anwendern ein großes C-Artikel-Sortiment zur Verfügung gestellt werden, ohne dass eine aufwendige Stammdatenpflege nötig ist.«

Kerstin Groß
strategisches Beschaffungsmanagement
Uniklinik Köln

»Mercateo nimmt uns als Kunde sehr ernst und reagiert sehr schnell. Die Mercateo-Beschaffungsplattform werden wir daher auch den anderen CEMEX-Gesellschaften in Europa vorstellen.«

Rocco Barresi
Procurement Management Cemex Deutschland GmbH

Kriterien für die strategische Analyse

Um einen umfassenden Blick auf die strategische Bedeutung eines Lieferanten zu erhalten, führen wir eine Potenzialanalyse auf Basis der Konditionen und des Sortiments sowie eine initiale Lieferantenbewertung durch.

Wettbewerbsfähige Konditionen

Marktfähige Konditionen stehen bei uns im Fokus, doch wir greifen nicht aktiv in die Preisbildung unserer Lieferanten ein. Unsere Kunden profitieren von einem aktiven Wettbewerb auf dem Mercateo Marktplatz, der sich aus Angebot und Nachfrage ergibt. Alle Lieferanten werden in persönlichen Jahresgesprächen über ihre individuelle Entwicklung unterrichtet und erhalten einen detaillierten Preisreport, der ihre Konditionen denen des Wettbewerbs gegenüberstellt. Jeder Lieferant entscheidet selbst, welche Konditionen er anbietet. Dazu zählen auch die Versandkosten.

Sortimentsbreite und -tiefe
Wir wählen im Sinne eines vielfältigen Angebotes die Lieferanten, mit denen wir langfristige Geschäftsbeziehungen eingehen, sorgfältig aus. Wir konzentrieren uns gleichermaßen auf beide Faktoren: Ein breites und zugleich tiefes Sortiment, um den vielfältigen Bedarfen unserer Kunden gerecht zu werden. Dafür haben wir auch einen aktiven Feedbackprozess installiert, mit dem wir permanent neue Lieferanten und Sortimente erschließen.

Initiale Lieferantenbewertung
Anhand von 20 gewichteten Faktoren wird eine initiale Lieferantenbewertung durchgeführt. Diese Bewertung wird, sofern wir mit dem Lieferanten zusammenarbeiten, jährlich wiederholt und umfangreicher durchgeführt. Weiter Informationen finden Sie direkt im Kapitel 4.2.

Technische Anforderungen

Die Bereitstellung eines elektronischen Kataloges sowie das Einbinden des Mercateo Lieferscheines sind Grundvoraussetzung, um auf dem Mercateo Marktplatz gelistet zu werden. Bei großen Datenmengen ist der Austausch über eine API ein Effizienzmultiplikator. Die Übermittlung von Track and Trace-Daten, Lagerständen und Liveravisen verhelfen unseren Kunden zu mehr Komfort nach der Bestellung.

Lieferantenbewertung

Im Sinne einer ständigen Verbesserung unseres Marktplatzes und des dort zur Verfügung gestellten Angebotes an Artikeln bewerten wir regelmäßig die Performance der Lieferanten. Die Lieferantenbewertung erfolgt mittels standardisierter Bewertungskriterien und wird erstmals im Rahmen des Auswahlprozesses, bei bestehenden Lieferanten sodann regelmäßig durchgeführt.

Die Bewertung erfolgt nach folgenden Kriterien:

- → Logistik und Liefertreue – wie sind die tatsächlichen Lieferzeiten?
- → Sortiment – ist es weiterhin aktuell, deckt es nach wie vor den Bedarf?
- → Konditionen – wie sind die Konditionen im Vergleich zum Wettbewerb?
- → Katalog- und Contentqualität – werden alle Vorgaben eingehalten?
- → Service-Level – werden alle Angaben erfüllt, wie ist das Verhalten bei Reklamationen, Retouren und Stornos?
- → Technische Faktoren – werden alle Daten sowie der Mercateo Lieferschein korrekt übermittelt?

Einzelne Kriterien werden ab Seite 8 näher beschrieben.

Jährliche Lieferantenbewertung

Umfangreiche Bewertung aller Lieferanten anhand von 25 objektiven KPIs u.a. aus den Bereichen Logistik und Liefertreue, Konditionen und Service-Level

Aufarbeitung der Feedbackpunkte

Bearbeitung der vereinbarten Verbesserungspotenziale durch den Lieferanten sowie Maßnahmen seitens Mercateo bei einer unzureichenden Bewertung

ABC-Einstufung

Klassifizierung der Lieferanten aus der für die Bewertungsperiode ermittelten Punktzahl in Güteklasse A, B und C auf Basis des gewichteten Gesamtergebnisses

Gemeinsames Jahresgespräch

Kommunikation der Bewertungsergebnisse und gemeinsame Identifikation von Optimierungsmöglichkeiten bei einem persönlichen Jahresgespräch

Der Bewertungszeitraum für die fünf oben genannten Kriterien wird auf zwölf Monate fortlaufend festgelegt. Die ABC-Einstufung der Lieferanten erfolgt aus der für die Bewertungsperiode ermittelten Gesamtpunktezahl. Die Bewertungsergebnisse sind dokumentiert und werden im Zuge des persönlichen Jahresgesprächs mit den einzelnen Lieferanten erläutert. Dabei werden mögliche Optimierungspunkte gemeinsam abgestimmt. Ferner dient das Ergebnis der Bewertung zugleich als Entscheidungskriterium im Hinblick auf die weitere Zusammenarbeit und deren Ausbau.

Werden Auffälligkeiten festgestellt, führen diese zu einer Abstufung des Lieferanten und zwingen zu Nachbesserungen. Bis gewünschte Nachbesserungen in unserem Sinne und dem der Kunden erfolgen, können bestimmte Sortimente oder Lieferanten auch offline gesetzt werden.

Lieferantenentwicklung

Wir möchten unsere Lieferanten gezielt im Sinne unserer Kunden weiterentwickeln, so dass abschließend alle Seiten zufrieden sind und ihre Marktposition absichern und stärken können.

Die Ergebnisse der Lieferantenbewertung werden in Maßnahmen zur Lieferantenentwicklung umgesetzt und dienen als Grundlage für die weitere strategische Ausrichtung. Dies kann zum Beispiel bedeuten:

- → Erarbeiten einer gemeinsamen Internationalisierungsstrategie
- → Ausbau von Sortimenten, z. B. Aufnahme von weiteren (kompletten) Herstellersortimenten
- → Gemeinsames Erarbeiten von Konzepten für die Lieferung von Artikeln in bestimmten (kritischen) Produktbereichen (zum Beispiel bei chemischen Produkten oder Arbeitsschutz)

»Mercateo ermöglicht uns eine große Flexibilität, weil wir durch die Implementierung vom Wettbewerb zwischen Stammlieferanten und Lieferanten auf der Plattform profitieren.«

Thorsten Woike
Leiter Einkauf
SAG Group

»Die breite Artikelvielfalt von Mercateo überzeugte uns, weil wir dadurch flexibel eine große Bandbreite an Artikeln auf einer Plattform einkaufen können. Zusätzlich haben wir unseren Rahmenvertrag mit einem zentralen Lieferanten für Büroartikel auf Mercateo integriert. Wir sind mit unserer Wahl nach wie vor sehr zufrieden.«

Thomas Kremling
Einkaufsleiter Skandia Versicherungen
Management & Service GmbH

»Mercateo ist eine gute Ergänzung zu unseren Lieferanten für die eigene Beschaffung und bringt großes Fachwissen bei der Internationalisierung ein.«

André Lückert
Leiter Relationship & Master Data Management
innogy SE

Jetzt wissen Sie, was wir unter Managed Supply verstehen. Das tägliche Arbeiten an diesem Selbstverständnis macht uns zum Marktführer in der Beschaffung von Randbedarfen im B2B-E-Commerce in Europa und setzt den Standard für partnerschaftliches Lieferantenmanagement. Es ist uns eine Freude, dass Sie Teil davon sind.

Sie haben noch Fragen?

Nehmen Sie gern Kontakt mit Ihrem Ansprechpartner auf oder melden Sie sich direkt beim Lieferantenmanagement.

Heidrun Pálffy
Tel. +43 1-253 253 788
heidrun.palffy@mercateo.com

Peer Marcel Mauch
Tel. +43 1-253 253 733
peer.mauch@mercateo.com

www.mercateo.com | www.mercateo.at | www.mercateo.be
www.mercateo.ch | www.mercateo.co.uk | www.mercateo.cz
www.mercateo.es | www.mercateo.fr | www.mercateo.hu
www.mercateo.ie | www.mercateo.it | www.mercateo.nl
www.mercateo.com.pl | www.mercateo.sk

mercateo

at_200116