

Positionsprofil

Position

Category Manager "Indirects" (m/w/d)

Kunde

Renommierter mittelständischer Lebensmittelproduzent

Ort

Hamburg

Unternehmen

Unser Auftraggeber blickt auf fast 300 Jahre Firmengeschichte zurück. Was mit einer Produktion in Berlin begann, hat sich zu einem internationalen Unternehmen mit mittlerweile 1.500 Mitarbeitern in 5 Werken entwickelt. Die Zentrale ist in Hamburg, außerhalb Deutschlands existieren 5 Ländergesellschaften (in Frankreich, Polen, Türkei, Serbien & Bosnien-Herzegowina) sowie 1 Vertriebsrepräsentanz in China. Unser Mandant erzielt einen Umsatz von ca. 340 Mio €, wobei der Geschäftsbereich „Marke Deutschland“ den größten Absatzkanal darstellt. Weitere Kanäle sind die Systemgastronomie, das Industrie-Geschäft und der weltweite Export in über 80 Länder.

Mit der eigenen Mischung aus Produktinnovation und langjähriger Familientradition setzt unser Auftraggeber entscheidende Impulse. Das Unternehmen befindet sich seit jeher in Familienbesitz. Die Eigentümer sind über den Beirat involviert. Die operativen Geschäfte sowie Führung werden zu 100% durch die eingesetzte Geschäftsführung gesteuert.

Unser Klient ist ein familienfreundliches Unternehmen, das seinen Mitarbeitern große Wertschätzung, Verantwortung, Gestaltungsspielraum und Offenheit entgegenbringt, aber auch eine hohe Bereitschaft und Leidenschaft fordert, den Veränderungsprozess maßgeblich zu begleiten. Gemeinsam „KUEHN“ (**k**onsequent, **u**nabhängig, **e**rfolgshungrig, **h**erzlich, **n**achhaltig) und durch Professionalität, Herzblut und Spaß die „Nummer 1“ sein, prägt die Unternehmensphilosophie / Mission. Das bedeutet: ehrlich sein, authentisch bleiben und menschlich handeln und dabei im Miteinander respektvoll, wertschätzend und offen für Neues zu sein. Darüber hinaus ist die „Performance Culture“ ein unabdingbarer Erfolgsfaktor und wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie / -strategie.

	Stellenprofil
Position	Category Manager „Indirects“ (m/w/d)
Standort	Hamburg
Reiseintensität	10 %
Ziel der Position	<p>Ziele der Aufgaben für den Category Manager „Indirects“ sind</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. die gruppenweite, strategische und kontinuierliche Versorgung aller Standorte mit den entsprechenden indirekten Materialien 2. eine gruppenweite Einkaufsstrategie für die Indirect-Warengruppe zu entwickeln, zu implementieren und den Erfolg sicherzustellen, 3. Einkaufssynergien innerhalb des Unternehmens zu identifizieren und 4. daraus einen Wertebeitrag (EBIT) für das Unternehmen sicherzustellen. <p>Dafür sollte der neue Stelleninhaber (w/m/d) im Rahmen seiner Position den Bereich „Indirects“ analysieren, sich mit den Strukturen / Organisation und Einkaufsprozessen auseinandersetzen und eine Handlungsempfehlung für die jeweilige Einkaufsstrategie, in enger Abstimmung mit der Einkaufsleitung, erarbeiten und umsetzen. Ziel sollte es sein, das Category Management „Indirects“ im Einkauf zu zentralisieren, Ausgabentransparenz (Spend) zu schaffen und Kostenoptimierungspotentiale aufzuzeigen und Einsparpotenziale zu erschließen.</p> <p>Das Aufgabenfeld umfasst im Wesentlichen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Analyse und Transparenz der Warengruppe</u> inkl. der Bedarfs- und Stakeholderanalyse sowie das dafür notwendige Beschaffungsmarketing 2. <u>Entwickeln und umsetzen der Einkaufsstrategie der Warengruppe</u> unter Berücksichtigung von Lieferanteninnovationen, nachhaltigen Lieferantenpartnerschaften, Audits und entsprechenden Vertrags- und Vergabeverhandlungen inkl. der dafür notwendigen Vertragsdokumentationen / -monitoring 3. <u>Entwickeln einer Entscheidungs- und Handlungsempfehlung</u> an die Team- und Einkaufsleitung (Geschäftsführung) <p>Mit gutem Gespür für Produkt- und Dienstleistungskosten (TCO) entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist der Stelleninhaber (m/w/d) ebenso Teil von interdisziplinären, cross-funktionalen Projektteams für Value Engineering / Wertanalyse Projekte sowie bei Neuinvestitionen.</p>

Kernaufgaben

Warengruppenstrategien

- Die unternehmensinterne Analyse einschließlich der Ausgabenanalyse durchführen
- Die externe Markt-Analyse einschließlich der aktuellen Innovationen (Materialtrends von Messen, etc.) erarbeiten und regelmäßig aktualisieren
- Warengruppenstrategien entwickeln, implementieren und sofern erforderlich anpassen sowie präsentieren
- Category „Indirects“ gruppenweit strategisch ausschreiben, verhandeln und flankierend das Vertragsmanagement durchführen
- Lieferrisiken proaktiv managen und minimieren
- Regelmäßige Marktupdates für relevante Stakeholder erstellen

Lieferantenmanagement

- Lieferantenbeziehungen innerhalb des Unternehmens partnerschaftlich, angemessen managen
- An Lieferantenaudits teilnehmen
- Lieferantenbewertungen entsprechend der warengruppenspezifischen Standards vornehmen (Qualität, Liefertreue, etc.)
- Das Lieferantennetzwerk optimal nutzen und Produktinnovationen voranzutreiben


Stakeholder Management

- Ein Warengruppennetzwerk mit einem regelmäßigen Austausch zu Lieferantenmarktinnovationen innerhalb des Unternehmens schaffen
- Abteilungsübergreifende Beziehungen zu Stakeholdern (einschließlich der Gesellschafter, Beirat, Länder, etc.) zu entwickeln und zu managen
- In Industrieverbänden aktiv sein und Lobbying betreiben

Prozessinnovation & -verbesserung

- Standardprozesse, Richtlinien und Regeln für den Einkauf und alle Einkaufsprozesse aufzusetzen, kontinuierlich verbessern und ihre Einhaltung sicherzustellen
- Interne und externe Best Practices durch Netzwerken in Einkaufsverbänden etc. identifizieren und anzuwenden
- Ein angemessenes Wissensmanagement aufsetzen
- Abweichungen und Konflikte an Lieferanten und das Unternehmens-Management eskalieren

	<p>Berichtswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einsparungen systematisch nachzuhalten • Länderbedarfe für den Budgetplanungsprozess zusammenzufassen • Zum Controlling Budgetplanungsprozess und zu anderen Reporting-Prozessen beizutragen <p>Stammdaten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infosätze (wenn nötig) anzulegen, zu ändern und zu löschen • Kreditoren-Material-Kombinationen zur Genehmigung vorzulegen <p>Projekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Am EPM-Prozess (Produktinnovationen, Redesigns, etc.), an Value Engineering-Projekten und anderen strategischen/Supply Chain-Projekten teilnehmen • An internen und externen Audits teilzunehmen
<p>Worin besteht die besondere Attraktivität der Stelle?</p> <p>Was bietet unser Auftraggeber?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Position wird durch die Erhebung von gruppenweiten Synergien (Zentralisierung) einen erheblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg (EBIT) leisten • Der neue Stelleninhaber (m/w/d) wird eng mit der Einkaufsleitung zusammenarbeiten • Gute Karriereentwicklungsmöglichkeiten • Einen ausgesprochen großen und nachhaltigen Gestaltungsrahmen, aber ebenso eine zentrale Verantwortung und die Möglichkeit, echte Foot Prints im Einkauf zu setzen • Ein langfristig planendes, in Familienhand befindliches Unternehmen, das als Arbeitgeber hohe Sicherheit und Stabilität und soziale Standards bietet • Eine wertschätzende, offene, verantwortungsvolle, kollegiale und teamorientierte Unternehmenskultur • Die Vorteile und Karrierechancen eines erfolgreich, international aufgestellten und innovativ agierenden Unternehmens auf Wachstumspfad • Ein marktgerechtes „Package“ und weitere, attraktive Rahmenbedingungen • Mobiles und flexibles Arbeiten • Einen Dienstsitz in Szenelage

	<h1>Der ideale Kandidat (m/w/d)</h1>
Ausbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Diplom-Kaufmann / Master in Wirtschaft. Alternativ: erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Ausbildung mit einer fachspezifischen Weiterbildung, idealerweise Fachkaufmann Einkauf- Materialwirtschaft und Logistik
Berufliche Erfahrung	<ul style="list-style-type: none"> • Mehrjährige Berufserfahrung (Minimum 3 idealerweise 5 Jahre), vorzugsweise im <u>Einkauf von Frachten; CAPEX; Fuhrpark</u> • Mehrjährige Erfahrung in der Umsetzung von Einkaufsstrategien unter Kostenoptimierungs-, Qualitäts- und Nachhaltigkeitsgesichtspunkten. • Erfahrungen im weltweiten Auf- und Ausbau strategischer Lieferantenbeziehungen / -partnerschaften • Erfahrungen im Bereich struktureller und organisatorischer Veränderungsprozesse (Changemanagement)
Spezielle Kenntnisse / Fachwissen	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr sichere Englischkenntnisse, gern Beherrschung einer weiteren Fremdsprache • SAP R/3 • Ideal: Erfahrungen im Bereich einkaufsstrategischer Umstrukturierungen / Changemanagement
Persönliche Eigenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmerisches, strategisches, analytisches und abteilungsübergreifendes Denken und Handeln, eigenständige Arbeitsweise und Freude an der Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern • Kommunikationsstärke und ein verbindliches Auftreten • Interdisziplinäre Kompetenz (Schnittstellenmanager) • Ergebnisorientierte Herangehensweise an Aufgabenstellungen, lösungsorientierte Arbeitsweise gepaart mit pragmatisch, strategischer Umsetzungskompetenz • Ausgewiesen starker Teamplayer mit einer positiven, optimistischen Grundhaltung
	<h1>Bewerbung</h1>
Kontakt	<p>MM EXECUTIVE RESEARCH  <i>Direktansprache von Spitzenkräften</i></p> <p>Marianne Mavridis 030 26 36 98 16 info@mm-er.de www.mm-er.de</p>