

# Hessen Mobil – Q 1.03 Zentraler Einkauf

BME Award „Innovation schafft Vorsprung“

Berlin, 13.02.2020

Hessen Mobil  
Straßen- und Verkehrsmanagement



## Vorstellung Projekt

### **Projekt**

*„Zentrale Beschaffung von innovativen und nachhaltigen Warnschutzanzügen (sowie anderer persönlicher Schutzausstattung (PSA) und Produktgruppen) unter Berücksichtigung der Prozessoptimierung“*

# Hessen Mobil – Straßen- und Verkehrsmanagement



## Allgemeines zu Hessen Mobil

### Wer sind wir?

- Obere Landesbehörde
- Ca. 3.500 Beschäftigte
- Zentrale
- 12 Standorte
- Verkehrszentrale Hessen (Deutschland ab 01.01.21)
- 60 Autobahn- und Straßenmeistereien
- Streckennetz von ca. 16.200 km

[www.mobil.hessen.de](http://www.mobil.hessen.de)

## Allgemeines zu Hessen Mobil

### Was macht der „Zentrale Einkauf“?



- Keine Vergabestelle
- Dienstleister für alle Sparten und Querschnittsdezernate, für die Beschaffung von Liefer- und Dienstleistungen
  - Ausnahmen: IT-Beschaffung und Fuhrparkmanagement

### Welches Ziel hat der „Zentrale Einkauf“?

- Ziel Land Hessen: „*Vorreiter für eine nachhaltige und faire Beschaffung*“
- Ziel Zentraler Einkauf: „*Vorreiter im Bundesland Hessen*“
- Implementierung der Nachhaltigkeit
- Förderung von Innovationen (*Aufgaben im GVP*)



# Hessen Mobil – Straßen- und Verkehrsmanagement

Das sind wir – der „Zentrale Einkauf“



Hessen Mobil  
Straßen- und Verkehrsmanagement





## Welche Hürden mussten überwunden werden?

### **Spruchwort**

*„Wer glücklich sein will, braucht Mut!*

*Mut zur Veränderung, Mut neue Brücken zu bauen sowie alte Pfade zu verlassen und neue Wege zu gehen.“*

### **Warum stimmt das?**

#### **Viele „Bedenkenträger“ und Vorurteile (normal)**

- *Ihr müsst ja Zeit haben...*
- *Wofür Innovationen, das reicht doch...*
- *Nachhaltigkeit geht bei uns nicht...*
- *100% Preis ist besser, sonst wird es zu teuer...*
- *Markterkundung ist nicht notwendig, kostet nur Zeit...*
- *Ihr dürft nicht mit den Firmen reden...*
- *Hätte ich mehr Personal, würde ich das auch gerne machen*
- *...*

## Welche Hürden mussten überwunden werden?

### **Innovationen sind geplante und kontrollierte Veränderungen / Verbesserungen**

Innovationen fangen immer mit den Menschen an:

- Im **Team** = Respekt, Mut und Vertrauen = offene Kommunikation
- **Vorgesetzte** = Vertrauen und „lange Leine“
- **Kunden** = offener Ansprechpartner und konstruktive Kritik
- **Lieferanten** = Mut und Weitsicht

### **Warum haben wir bei dem BME-Award und der KOINNO Zertifizierung als „Innovativer öffentlicher Auftraggeber“ mitgemacht?**

„Verbesserungen“ waren uns schon immer wichtig = Kundenzufriedenheit

- Benchmarking – wo stehen wir?
- Stärkung des Teams – Teamleistung!
- Internes Marketing



## Welche Hürden mussten überwunden werden?

Leider werden die Wertschöpfungsmöglichkeiten eines guten und effizienten Einkaufs für die Verwaltung häufig unterschätzt.

Deshalb: „**Gestalten statt verwalten**“

- Stolz auf die eigene Arbeit
- Wertbeitrag des Einkaufs richtig kommunizieren („verkaufen“)

### Kernfragen:

- Was ist unsere Rolle (Zentraler Einkauf) im Beschaffungsprozess?
- Was ist das Beste für Hessen Mobil insgesamt?
- Was würde ich mir als Kunde wünschen?

## Was wurde erreicht?

Für dieses Projekt wurden **drei Etappenziele** definiert

- Verbesserung der Qualität
- Optimierung des Beschaffungsprozesses
- Beschaffung von nachhaltigen Artikeln

### Ziel 1: Verbesserung der Qualität

- Gründung des Bekleidungs- und Bemusterungsausschusses
- Anwendung MEAT-Ansatz
  - 30% Preis
  - 40% Qualität und Funktionalität (Materialverarbeitung, Funktionalität, Einlaufverhalten)
  - 10% Aussehen / Optik
  - 20% Nachhaltigkeit

## Was wurde erreicht?

### **Berücksichtigung der individuellen Anforderungen**

- Gespräche / Schulungen mit den PSA-Trägern
- Gespräche mit den Betriebsärzten
- Zielgerichtete Markterkundung
- Finden eines Innovationpartners
- kontinuierliche Weiterentwicklung durch Tragetests
  - Änderung der Bindung und Grammatur
  - zertifiziertes UV-Schutz-Gewebe
  - Beinbelüftung
  - 2-Wege-Reißverschluß an der Jacke
  - Optimierte Unterarmbelüftung

### **Ergebnis: Erhöhung der Trageakzeptanz!**

## Was wurde erreicht?

### **Ziel 2: Optimierter Beschaffungsprozess**

- Zentralisierung der Beschaffung
- Enge Zusammenarbeit zwischen dem Arbeitsschutzmanagement, den Fachabteilungen und dem Zentralen Einkauf
- Klare Zuständigkeiten
- Schlankere Prozesse
  - Z. B. Bedarfsmengenerhebung

### **eProcurement**

- 21 Lieferantenkataloge von Hessen Mobil
- Jährlich 6.000 Bestellungen (mit ca. 18.800 Positionen)
- 2,6 Mio. € Netto-Bestellvolumen
- 290 User (dezentrale Abrufe)
- Schlankere Prozesse (Bestellung, Abrechnung und Vertragsüberwachung)

## Was wurde erreicht?

### Ziel 3: Beschaffung von nachhaltigen Artikeln

- Nachhaltige Baumwolle (Organic Content Standard)
- Recyceltes Polyester
- Recycling des Warnschutzanzugs
  - Trennung der Materialien und individuelles Recycling der Bestandteile
  - Kein verbrennen!
- Upcycling
  - Nachhaltige Giveaways
- Kunststofffreie Umverpackungen
  - Intern (zwischen Fertigung und Lager)
  - Extern (zwischen Lager und Endkunde)

## Was wurde erreicht?

### Ziel 3: Beschaffung von nachhaltigen Artikeln

- **Arbeitsbedingungen**
  - Nachweis der ILO-Kernarbeitsnormen
  - Code of Conduct
  - Fear Wear Foundation (FWF) zertifiziert
  - Nachhaltigkeitskonzept
- **Umweltmanagement**
  - ISO 14001 Umweltmanagement
  - Nachhaltigkeitskonzept



## Welche Hürden mussten überwunden werden?

### **Einführen einer Innovationskultur im Zentralen Einkauf**

- Einführen und leben einer Beschaffungsstrategie
- Stärkung der internen Kommunikation
  - 14-tägige Fachbereichsbesprechungen
  - Klare Prozesse, Verbindlichkeit
- Qualifikation der Beschäftigten
  - Persönlich und fachlich
- Fehler-, keine Schuldkultur
  - Teamorientierung
  - Fördern des gegenseitigen Respekts (Projekt „was findest du an X gut“)
- Bereitschaft Wissen zu teilen

## Welche Hürden mussten überwunden werden?

### Wie ist uns das gelungen?

- Eigene Qualifizierung / Weiterentwicklung
- Persönliche Überzeugung der Beschaffer
- Intensive Kommunikation
- Überzeugung durch Ergebnisse

### Innovationen marktgängig machen

- Dafür braucht man Mut und ein Ziel!
- Bündelung mit anderen Behörden = Erhöhung der Hebelwirkung
- Berechenbarer Auftraggeber sein
  - Verlässlichkeit und Verbindlichkeit für den Markt herstellen (z. B. Nachhaltigkeitskonzept, ISO 14001...)
- Intensive Marktvorbereitung
  - Gesamte Lieferkette (inkl. Re- und Upcycling) von der Zukunftsfähigkeit und Verlässlichkeit überzeugen

## Welche Hürden mussten überwunden werden?

**Vielen Dank** an das gesamte Team der „Hubert Schmitz GmbH“, besonders an Frau Lea Schmitz, die immer offen für unsere Ideen war.

- Innovationen
- Recycling
- Upcycling



Im Vorfeld auf viele namenhaften Hersteller zugegangen. Die Bereitschaft war sehr gering.

**Vielen Dank** auch an das BMWi und an KOINNO – Formate...

- Zertifizierung „Innovativer öffentlicher Auftraggeber“
- Toolbox
- Möglichkeiten zum Netzwerken



Welche Hürden mussten überwunden werden?

**Unser Motto:**

**Gute Vergaben ersparen**

- ✓ Zeit
- ✓ Geld
- ✓ Ärger

**und fördern**

- ✓ Innovationen
- ✓ Nachhaltigkeit



# Danke !

