

Wer jede Zutat kennt, sollte auch wissen, was er bestellt



Unternehmen: apetito AG

Branche: Lebensmittel

Produkte: Tiefkühlmenüs, Menükomponenten und Verpflegungskonzepte, u.a. für Betriebe, Kliniken, Pflegeeinrichtungen, Kitas und Schulen

Anzahl der Mitarbeiter: 5.401

Umsatz: 976 Millionen Euro

Stammsitz: Rheine, Deutschland

Website: www.apetito.de

HERAUSFORDERUNGEN

- Vorgängersystem: veraltet, ohne Updates, ausgedünnter Support
- Stammdaten: komplett manuelle Pflege von Kostenstellen und Nutzerkonten
- Oberfläche: veraltet, graue Kacheln ohne Produktbilder
- Indirekter Einkauf: kein geführter Prozess, Bestellungen per Zuruf und EMail
- Transparenz: kein Überblick über Bestellstatus

LÖSUNGEN

- SAP Ariba Buying: geführter indirekter Einkauf über die Guided Buying-Oberfläche
- apsolut Solution Modules: automatisierter Upload von Usern und Gruppen, Lookup-Tabellen direkt aus SAP ERP
- Integration: über 20 automatisierte Standardschnittstellen zwischen SAP ECC und Ariba
- Genehmigungsworkflow: jederzeit sichtbarer Freigabestatus jeder Bestellung

VORTEILE

- Effizienz: automatisierte Stammdaten entlasten Einkauf und IT
- Höhere Userfreundlichkeit: intuitive Oberfläche, bebilderte Kataloge für 1.700 User
- Saubere Stammdaten: automatisiert gepflegt statt manuell zusammengesucht
- Mehr Steuerbarkeit: sichtbarer Freigabestatus, Transparenz über indirekte Ausgaben
- Skalierbare Basis: Fundament für den internationalen Rollout und den Ausbau Richtung Source-to-Pay

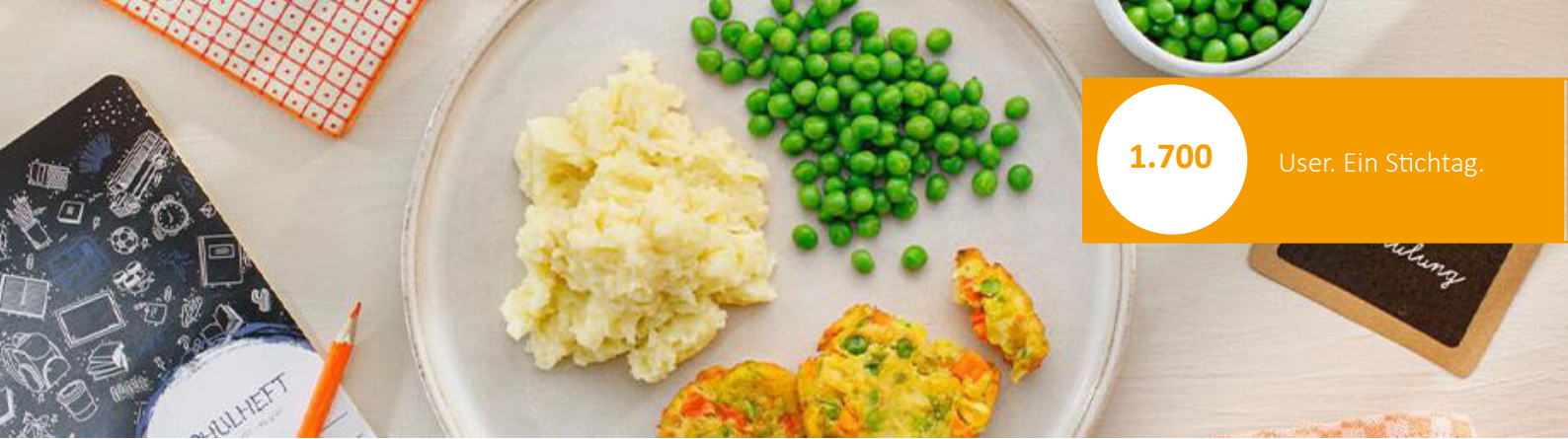
WARUM APSOLUT?

- Ehrlichkeit: klare Ansage, wo apetito selbst nachbessern muss, statt Pauschalversprechen
- Augenhöhe: Projekt als gemeinsame Aufgabe, ein echtes Geben und Nehmen statt One-Man-Show
- Praxisnähe: konkrete Demo im Testsystem statt reiner Behauptung
- Kritisches Hinterfragen: Nice-to-have oder echter Bedarf — konsequent durchgeprüft
- Erreichbarkeit: schnelle Antworten und kurze Wege im gesamten Projektverlauf

Nur 2

von rund 80 Bestellungen mit Fehlen am ersten Produktivtag.





1.700

User. Ein Stichtag.

apetito stellt den indirekten Einkauf auf SAP Ariba Buying um: 1.700 User in drei Ländern zum Start

apetito ist ein international tätiges Lebensmittel-unternehmen, spezialisiert auf hochwertige Tiefkühlmenüs und Catering-Lösungen für die Bereiche Gesundheit, Bildung und Wirtschaft. Wer bei jeder Zutat Herkunft und Qualität kennt, sollte das auch beim eigenen indirekten Einkauf können. Lange galt das Gegenteil: Bestellt wurde über ein betagtes Vorgängersystem, gepflegt wurde alles von Hand. Mit SAP Ariba Buying, umgesetzt mit apsolut, bestellen seit dem 9. Juni 2026 rund 1.700 Anwenderinnen und Anwender in Deutschland, den Niederlanden und Österreich über eine einheitliche, geführte Plattform.

Die Vorgängerlösung hatte ihre besten Jahre hinter sich. Spürbar. Vom ursprünglichen Einführungsteam war niemand mehr an Bord, Updates hatte man nie eingespielt, die Liste ungelöster Probleme wurde länger statt kürzer. Die Folge war Handarbeit, wo Automatisierung möglich gewesen wäre: Kostenstellen einzeln vergeben, Nutzerkonten manuell angelegt, die gesamte Stammdatenpflege bei apetito. Und die Oberfläche tat ihr Übriges: Artikel erschienen als graue Kacheln ohne Bild. Ein Zustand, den Michel Bruning, Projektleiter Einführung SAP Ariba, trocken auf den Punkt bringt: „Wenn ich auf einer Bestellplattform nur graue Kacheln sehe, habe ich auch keine Lust, irgendetwas zu bestellen.“

Ariba war kein Unbekannter: Zweimal hatte man die Lösung geprüft, zweimal fehlte am Ende Entscheidung und Budget. Den Ausschlag gab schließlich kein Einzelprojekt, sondern ein Programm: „Fusion“, der konzernweite Umstieg auf SAP S/4HANA. Die Logik der Geschäftsführung war so einfach wie konsequent: Wird ohnehin die gesamte SAP-Landschaft erneuert, sollen auch die angrenzenden Systeme einheitlich werden. apetito drehte die Reihenfolge um und zog SAP Ariba Buying vor. Aus dem Nachzügler wurde einer der Vorreiter: Ariba als eines der ersten Teilprojekte des Fusion-Programms, das produktiv ging.

Rund zwei Dutzend Systeme standen zu Beginn auf dem Prüfstand. Dass apsolut den Zuschlag bekam, lag weniger an der Funktionsliste als an der Haltung. „Was uns überzeugt hat, war die Ehrlichkeit“, sagt Bruning. „apsolut hat uns klar gesagt, wo wir selbst anpacken müssen, statt einfach zu versprechen, dass schon alles läuft. Das war ein echtes Geben und Nehmen.“ Den Ton setzte Nicolas Mai, der das Projekt aufseiten apsolut als Projektleiter verantwortete. Sein konsequentes Hinterfragen zog sich durch das ganze Projekt: Ist das wirklich nötig oder nur ein Nice-to-have? Ein viertägiger Workshop zu Beginn krepelte das bestehende System einmal komplett um.

Die größte Baustelle lag unter der Oberfläche. Damit SAP Ariba Buying sauber in die bestehende SAP-Landschaft greift, entstanden über zwanzig automatisierte Standardschnittstellen zwischen SAP ECC und Ariba, verantwortet von einem apsolut-

Team aus Deutschland und Indien. Aufseiten apetito genügte ein bewusst schlankes Kernteam: die Projektleitung von Michel Bruning, zwei Kollegen aus dem Fachbereich Einkauf sowie zwei IT-Fachleute. Schon zwei Monate vor dem Produktivstart liefen die ersten Testbestellungen erfolgreich. Das Fundament hielt. Die zweite Bewährungsprobe trug einen Namen, den viele Unternehmen kennen: Stammdaten. Was apetito zuvor mühsam von Hand pflegte, wandert heute automatisiert ins System: Der Upload von Usern und Gruppen läuft über ein apsolut Solution Module. Solche erprobten Lösungsbausteine schließen bekannte Lücken im SAP-Standard, ohne dass jedes Projekt das Rad neu erfindet, was den Aufwand kalkulierbar hält. Am Ende stand ein Go-Live im Budget und termingerecht.

Größter Buchungskreis des Go-Lives ist Deutschland, mit dem Hauptstandort Rheine und rund 17 Servicecentern. Statt wie früher einzeln einen Account zu beantragen, kann nun jeder mit SAP-Zugang direkt bestellen, geführt durch Kataloge und freigegebene Beschaffungswege statt per Zuruf und E-Mail. Der erste Tag verlief unspektakulär im besten Sinne: rund 200 Personen sofort im System, knapp 80 Bestellungen, gerade einmal zwei mit Fehler. Entscheidend ist, was darunter steuerbar wird: Ein sichtbarer Genehmigungsworkflow zeigt jederzeit, wo eine Bestellung steht; automatisierte Steuerfindung und einheitliche Kataloge bringen Transparenz in einen Bereich, der zuvor schwer zu überblicken war. Die Lieferanten haben ihre Kataloge aktualisiert und bebildert; die grauen Kacheln sind Geschichte. Den Gewinn bringt Bruning auf drei Punkte: „Weniger manueller Aufwand im Einkauf sowie in der IT, eine deutlich höhere Userfreundlichkeit und endlich saubere Stammdaten.“ Der Einkauf gewinnt damit Zeit für das Eigentliche: Katalog- und Lieferantenvergleiche statt Datenpflege.

Die wahre Pointe liegt im Plan dahinter. Was apetito in Deutschland aufgebaut hat, ist die Blaupause für alles Weitere: Großbritannien und Kanada stehen auf der Landkarte, geschätzt 300 bis 400 zusätzliche Anwender. Die nächsten Rollouts setzen auf derselben Grundlage und denselben wiederverwendbaren Bausteinen auf, mit spürbar weniger Aufwand als beim ersten Mal. Auch fachlich ist der Go-Live ein Start, kein Schlusspunkt: Mit einem stabilen, geführten Einkauf im Betrieb ist die Basis für den Ausbau im Source-to-Pay-Umfeld gelegt. Aus dem System, das einst niemand mehr richtig kannte, ist eine Plattform geworden, auf der ein Unternehmen seinen indirekten Einkauf Schritt für Schritt skalieren kann. Aus Handarbeit wird Automatisierung, aus Automatisierung Transparenz, aus Transparenz Kontrolle. Womit apetito beim eigenen Einkauf jenen Anspruch einlöst, den es längst an sein Endprodukt stellt: Qualität, die man nachvollziehen kann.