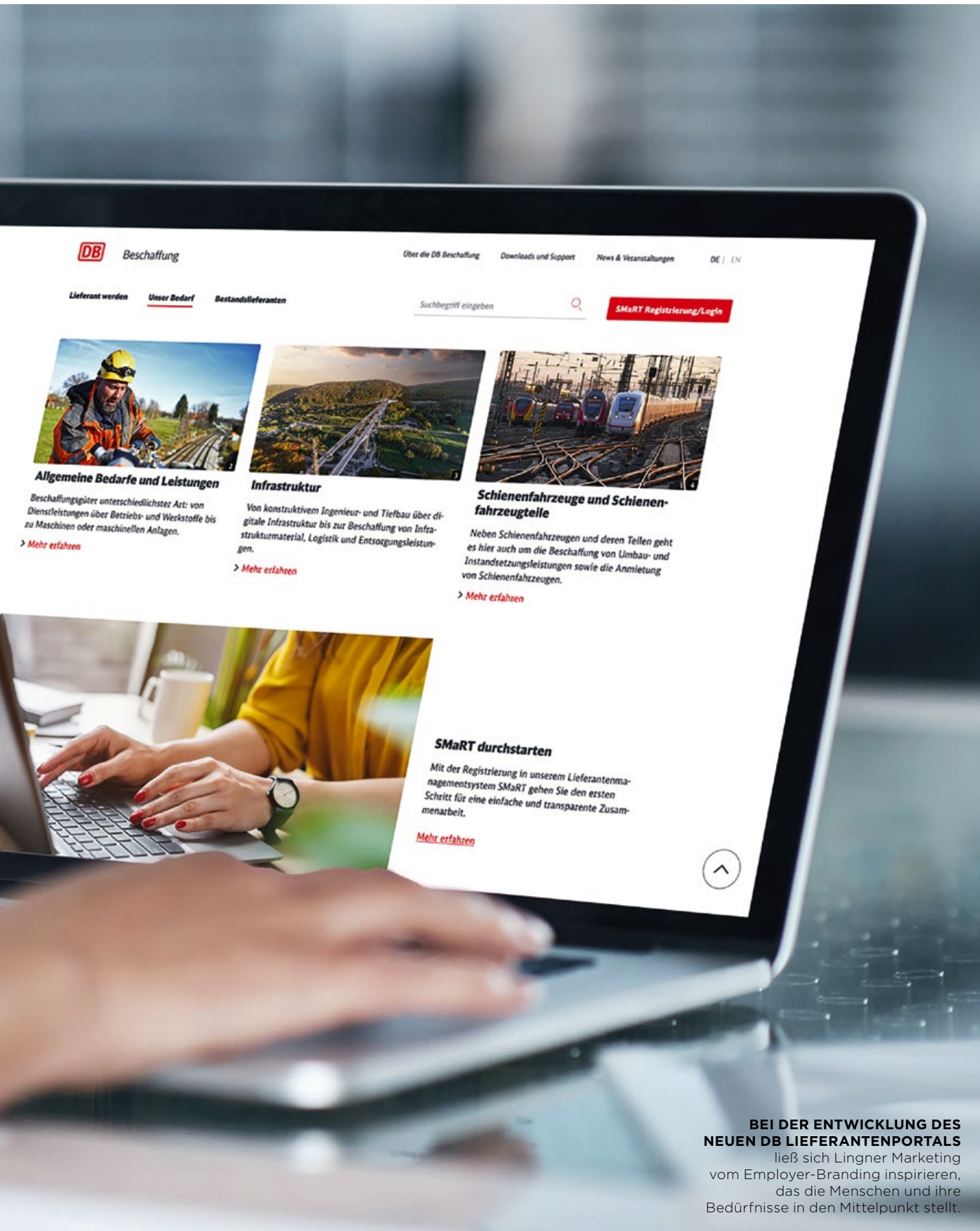


Lingner Marketing entwickelt neues Lieferantenportal der Deutschen Bahn AG

Marke Die Deutsche Bahn AG hat ihr neues Lieferantenportal (deutschebahn.com/lieferanten) gelauncht. Dabei ging das Unternehmen weg von der reinen Informationsvermittlung hin zu einer eigenen modernen Plattform, die sich konkret an den Bedürfnissen von Liefernden und Leistenden ausrichtet. Entwickelt und gemeinschaftlich umgesetzt hat dieses Leuchtturmprojekt im Beschaffungsbereich die erfahrene Brandagentur Lingner Marketing aus Fürth.

Der Einkauf eines Unternehmens ist häufig informationsgetrieben und bietet mit Richtlinien, Bedingungen und Ausschreibungen wenig Raum für Emotionen. So war auch das Ergebnis der Analyse des damaligen Lieferantenportals der Deutschen Bahn AG (DB AG) im Grunde wenig überraschend: zu viele Informationen und zu wenig bedarfsorientiert. Um das Portal mit einem frischen Konzept auf völlig neue Beine zu stellen, wandte sich das Unternehmen an die Brandagentur Lingner Marketing. Unter dem Leitsatz „Ihre Leistung. Unser Bedarf. Ein Ziel. Gemeinsam die Mobilität von morgen gestalten“ entstand eine ansprechende Plattform, die





BEI DER ENTWICKLUNG DES NEUEN DB LIEFERANTENPORTALS ließ sich Lingner Marketing vom Employer-Branding inspirieren, das die Menschen und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt.

Fotos: Unternehmen

sich an den Bedürfnissen der liefernden und leistenden Unternehmen ausrichtet und gleichzeitig die Beschaffung der DB AG als Auftraggeber und Partner auf Augenhöhe positioniert.

Inspiziert vom Employer-Branding

„Nach einer genauen Analyse des bestehenden Lieferantenportals haben wir zusammen mit den Verantwortlichen der DB AG einen Workshop abgehalten und die Ziele und Anforderungen herausgearbeitet“, so Mirjam Lingner von Lingner Marketing. Auf dieser Basis ging es dann an die Strategieentwicklung. Neben

Über Lingner Marketing

„Powered by passion“ – dieser Leitsatz ist nicht nur eine Phrase, sondern wird bei Lingner Marketing aktiv gelebt. So arbeitet die Agentur täglich voller Leidenschaft für den Erfolg ihrer Kundinnen und Kunden. Gegründet als klassische Werbeagentur im Jahr 1989 hat sie sich heute erfolgreich als Expertin für holistische Markenerlebnisse positioniert. Das Leistungspaket für Unternehmen aus den Bereichen B-to-B und B-to-C beginnt bei der strategischen Beratung, geht über Brandbuilding mit zielführenden Markenworkshops und reicht bis hin zur crossmedialen Umsetzung von Online- und Offline-Maßnahmen. Beheimatet im mittelfränkischen Fürth beschäftigt die Agentur derzeit 48 Angestellte.

Unter dem Leitsatz „Ihre Leistung. Unser Bedarf. Ein Ziel. Gemeinsam die Mobilität von morgen gestalten“ entstand eine ansprechende Plattform, die sich an den Bedürfnissen der liefernden und leistenden Unternehmen ausrichtet und gleichzeitig die Beschaffung der DB AG als Auftraggeber und Partner auf Augenhöhe positioniert.

dem sachlichen Nutzen des Portals durch notwendige und verständliche Informationen sollten die individuellen Chancen und Vorteile, die sich durch eine Zusammenarbeit mit der DB AG ergeben, deutlich sichtbar werden. Dabei ließ sich die Agentur vom Employer-Branding inspirieren, das die Menschen und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellt, und übertrug wesentliche Elemente. „Im Prinzip ist es ähnlich wie bei einem Bewerberportal, auch der Einkauf muss heute erstmal qualifizierte Lieferanten mit geeigneten Fachkräften finden. Wir haben

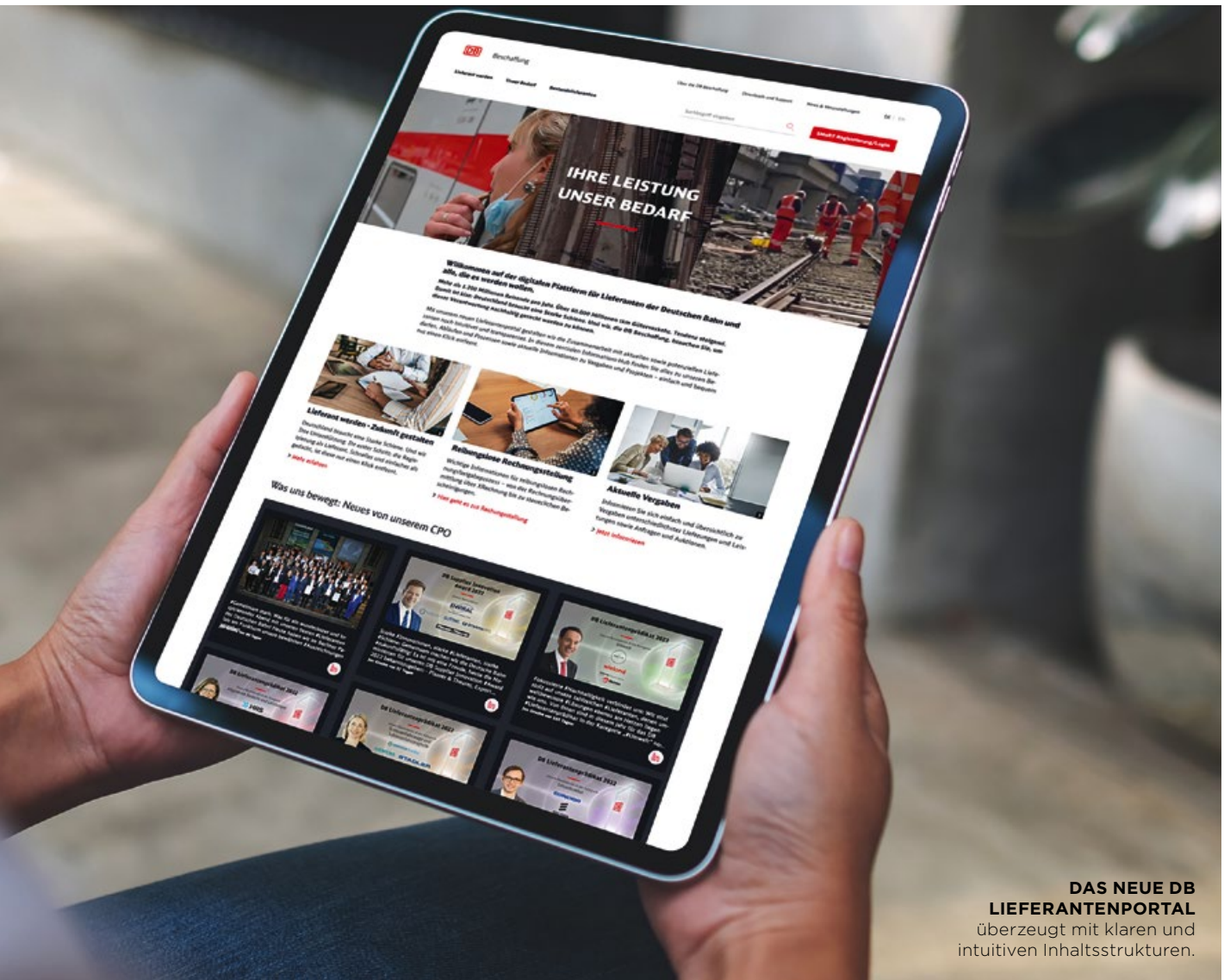
deshalb die Erkenntnisse aus dem HR-Bereich auf das Procurement übertragen und daraus eine valide Strategie entwickelt“, erklärt René Schultz von Lingner Marketing den innovativen Ansatz des „Procurement Branding“, der den Rahmen des kompletten Projekts bildet.

Intuitive und klare Strukturen

Schnell war klar, dass sich das neue Lieferantenportal nicht mehr als Teil der Website verstehen, sondern als eigene Microsite darstellen sollte. Um Barrieren für

potenzielle und bestehende Lieferanten abzubauen, wurden klare und intuitive Inhaltsstrukturen geschaffen. Die Inhalte selbst wurden komplett neu gedacht und zwar nicht aus Unternehmens-, sondern aus Nutzersicht. Die Erstellung von Personas war hier besonders hilfreich, um sich in die verschiedenen Bedürfnisse hineinendenken zu können. Den gesamten Prozess inklusive Konzeption, Unterstützung bei der Content-Erstellung, Screendesign auf Basis der DB AG-internen Vorgaben sowie SEO-Analysen und -Optimierungen realisierte Lingner Marketing aus einer Hand.





DAS NEUE DB LIEFERANTENPORTAL überzeugt mit klaren und intuitiven Inhaltsstrukturen.

Über die DB Beschaffung

Die DB Beschaffung kümmert sich weltweit um die wirtschaftliche sowie termin- und qualitätsgerechte Versorgung der Geschäftsfelder der DB AG.

Insgesamt gut 1200 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen an mehr als 20 Standorten beschaffen hier pro Jahr Lieferungen und Leistungen in Höhe von 24 Milliarden Euro durch 1 Million Bestellungen bei rund 20000 Lieferanten. Neben dem Einkauf von Material, Investitionsgütern und Dienstleistungen sichert sie die Innovationsfähigkeit der Deutschen Bahn und legt damit einen entscheidenden Grundstein für den nachhaltigen Erfolg am Markt.

Umgesetzt wurden die Maßnahmen in enger Zusammenarbeit mit Dominic Drüseberg aus der Kommunikationsabteilung der Beschaffung der DB AG.

„Wir sind sehr zufrieden mit dem Ergebnis dieses Mammutprojekts“, betont Drüseberg. „Mit der Fokussierung auf die Supplier-Journey bei der DB AG haben wir einen wichtigen Grundstein gelegt. Dabei haben wir mit Lingner einen erfahrenen Partner an der Seite, der strategisch fundiert durch den gesamten Prozess geführt hat: beginnend mit dem gemeinsamen Workshop über die strategische Ausrichtung bis hin

zur schnellen und fachlich tiefen Einarbeitung in die mitunter komplexe Themenwelt in partnerschaftlicher Zusammenarbeit.“

Das neue Lieferantenportal der DB AG ging im September 2022 online und ist unter dem Link www.deutschebahn.com/lieferanten zu finden.



RENÉ SCHULTZ, Konzept/Strategie bei Lingner Marketing.