

Whitepaper

Die unterschätzte Warengruppe: Weiterbildung strategisch steuern

Transparenz, Kosteneffizienz und Compliance in einer Warengruppe,
die heute oft nur eingeschränkt steuerbar ist

Management Summary

In vielen Großunternehmen wird die Warengruppe Weiterbildung operativ durch HR verantwortet, jedoch nicht systematisch im Einkauf gesteuert. Dadurch entstehen fragmentierte Lieferantenstrukturen, intransparente Ausgaben, hohe Prozesskosten und vermeidbares Maverick Buying.

Obwohl Weiterbildungsbudgets in Konzernen oft im Millionenbereich liegen, fehlt häufig eine durchgängige Integration in bestehende Einkaufs- und Procure-to-Pay-Strukturen.

Dabei zeigt die Praxis im indirekten Einkauf deutlich:

- Fehlende Prozessintegration führt zu unnötigen Kosten
- Dezentrale Beschaffung reduziert Verhandlungsmacht
- Unstrukturierte Abläufe erhöhen Compliance-Risiken

Dieses Whitepaper zeigt, warum Weiterbildung als strategische Warengruppe verstanden werden sollte, welche wirtschaftlichen Hebel realistisch sind – und wie eine strukturierte, digital integrierte Steuerung messbaren Mehrwert schafft.



Inhalt

| | |
|---|---|
| Weiterbildung im indirekten Einkauf: Eine strukturelle Lücke | 3 |
| Wo wirtschaftliche Potenziale verloren gehen | 4 |
| Maverick Buying in der Weiterbildung | 4 |
| Prozesskosten als unterschätzter Hebel | 5 |
| Fehlende Transparenz verhindert Category-Strategien | 5 |
| Weiterbildung als strategische Warengruppe denken | 6 |
| Digitale Infrastruktur als Voraussetzung für strategische Steuerung | 7 |
| Fazit: Von der HR-Einzelmaßnahme zur steuerbaren Einkaufsstrategie | 8 |

Weiterbildung im indirekten Einkauf: Eine strukturelle Lücke



Der indirekte Einkauf umfasst alle Güter und Dienstleistungen, die nicht direkt in das Endprodukt eingehen, jedoch für den Geschäftsbetrieb notwendig sind – darunter auch Weiterbildungsleistungen.

Charakteristisch für viele indirekte Warengruppen sind:

- Dezentrale Bedarfsmeldungen
- Hohe Lieferantenvielfalt
- Fragmentierte Prozesse
- Eingeschränkte Datentransparenz

Während Kategorien wie IT oder Facility Management oft professionell gemanagt werden, bleibt Weiterbildung in vielen Konzernen strukturell unterreguliert – trotz signifikanter Budgets im Millionenbereich.

Für den Einkauf entsteht dadurch ein strukturelles Steuerungsdefizit.

Wo wirtschaftliche Potenziale verloren gehen

Maverick Buying in der Weiterbildung

Maverick Buying bezeichnet Beschaffungsvorgänge außerhalb definierter Einkaufsprozesse oder ohne Nutzung bestehender Rahmenverträge.

Studien aus dem Procurement-Umfeld (Ivalua^[1]) zeigen, dass in indirekten Warengruppen regelmäßig **zwischen 5 und 20% des Volumens** außerhalb definierter Einkaufsprozesse vergeben werden.

Gerade bei dezentral organisierten Weiterbildungsbuchungen ist das Risiko hoch, dass:

- Einzelanbieter direkt beauftragt werden
- Bestehende Rahmenverträge nicht genutzt werden
- Volumenbündelungen ausbleiben
- Einkaufsfreigaben umgangen werden
- Preisvergleiche nicht systematisch erfolgen

Selbst bei moderaten Budgets können dadurch erhebliche Einsparpotenziale ungenutzt bleiben.

Übertragen auf ein Weiterbildungsbudget von beispielsweise 5 Mio. € bedeutet bereits ein 10%-Anteil nicht gesteuerter Ausgaben 500.000 € außerhalb strategischer Verhandlung und Bündelung.

Selbst moderate Konditionsunterschiede von 5 – 8% führen hier zu wirtschaftlichen Effekten.

^[1] Quelle: Ivalua, "Maverick Spending: How to Reduce It", 2023



Prozesskosten als unterschätzter Hebel

Neben Preis- und Verhandlungseffekten entstehen bei der Buchung von Weiterbildung erhebliche interne Prozesskosten – insbesondere bei manuellen oder nicht-standardisierten Abläufen.

Laut [Benchmark Report 2025](#) → des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) liegen die Prozesskosten pro Bestellung – abhängig vom Automatisierungsgrad – durchschnittlich bei etwa 121 € pro Bestellung (manuelle bzw. gering automatisierte Prozesse).

Bei höherem Digitalisierungsgrad können diese Kosten signifikant reduziert werden.

Diese Prozesskosten umfassen unter anderem:

- Recherche nach dem passenden Angebot
- Bedarfserfassung
- Genehmigungsprozesse
- Lieferantenmanagement
- Bestellabwicklung
- Rechnungsprüfung
- Dokumentation

Sie entstehen unabhängig vom eigentlichen Seminarpreis. Der wirtschaftliche Hebel liegt somit nicht nur im Einkaufspreis, sondern maßgeblich in der Prozessarchitektur.

Fehlende Transparenz verhindert Category-Strategien

Ohne konsolidierte Datenbasis fehlt häufig:

- Transparenz über Gesamtvolumen je Anbieter
- Überblick über Lieferantenzahl
- Systematisches Reporting
- Grundlage für Volumenbündelung

Category Management setzt jedoch Transparenz voraus. **Ohne valide Daten bleibt Weiterbildung eine operative Ausgabenkategorie statt eine strategisch steuerbare Warengruppe.** Auch das Management erhält keine belastbaren Kennzahlen zur Warengruppe.



Weiterbildung als **strategische** **Warengruppe** denken

Eine strategische Steuerung beginnt mit einem Perspektivwechsel: Weiterbildung ist keine rein operative HR-Maßnahme, sondern eine Warengruppe mit messbarem Ausgabenvolumen und klaren Steuerungshebeln.

Ein professionelles Management der warengruppe Weiterbildung umfasst:

1. Transparenz über den gesamten Spend
2. Lieferantenklassifizierung und -konsolidierung
3. Standardisierte Genehmigungs- und Buchungsprozesse
4. Integration in bestehende P2P-Systeme
5. KPI-basierte Steuerung

Category Management im Einkauf bedeutet dabei nicht nur Kostenreduktion, sondern strukturiertes Wertmanagement.

Ziel ist nicht zusätzliche Bürokratie, sondern:

- Steuerbarkeit
- Volumenbündelung
- Datengestützte Verhandlungen
- Compliance-Sicherheit



Gerade in regulierten Branchen wie dem Finanz-, Energie-, Pharma- und Gesundheitssektor ist die revisionssichere Dokumentation aller Weiterbildungsmaßnahmen ein relevanter Governance-Faktor.

Digitale Infrastruktur als Voraussetzung für strategische Steuerung



Strategische Steuerung scheitert häufig nicht am Konzept, sondern an fehlender operativer Infrastruktur.

Hier setzt **Semigator Enterprise** an.

Der Punchout-Katalog bündelt externe Weiterbildungsangebote zentral und lässt sich per OCI/cXML Schnittstelle an bestehende Einkaufssysteme anbinden wie **SAP Ariba, Coupa, Ivalua** und viele andere.

Für den Einkauf bedeutet das konkret:

- Transparenz über alle Weiterbildungsbuchungen
- Integration in bestehende Procure-to-Pay-Prozesse
- Reduktion von Maverick Buying durch verbindliche Buchungswege

- Lieferantenkonsolidierung über das 1-Kreditor-Prinzip
- Reportingfähige Datenbasis für Category Management und Audits

Statt eine Vielzahl einzelner Anbieter administrativ zu verwalten, entsteht eine strukturierte, systemfähige Warengruppe.

Weiterbildung wird damit nicht nur operativ abgewickelt, sondern strategisch steuerbar.

Über einen unternehmensspezifischen Report gelangen die Teilnehmerdaten von externen Weiterbildungen auf Wunsch auch in alle gängigen Learning-Management-Systeme wie SAP SuccessFactor und Workday. Für einen ganzheitlichen **Blick auf alle Weiterbildungsaktivitäten** im Unternehmen.

Fazit: Von der HR-Einzelmaßnahme zur steuerbaren Einkaufsstrategie

Weiterbildung ist in Großunternehmen keine Nebenkategorie, sondern eine Warengruppe mit messbarem Budgetvolumen und klaren Effizienzpotenzialen.

Ohne strategische Steuerung entstehen:

- unnötige Prozesskosten
- ungenutzte Verhandlungspotenziale
- eingeschränkte Transparenz
- erhöhte Compliance-Risiken

Mit einem strukturierten, digital integrierten Ansatz wird der Einkauf von Weiterbildung transparent, steuerbar, compliance-sicher und wirtschaftlich optimiert.

Für den Einkauf bedeutet das eine klare Erweiterung der strategischen Rolle – von der operativen Bestellabwicklung hin zur aktiven Steuerung einer bislang unterschätzten Warengruppe.

**Steuern Sie die Warengruppe
Weiterbildung zentral und effizient
mit Semigator Enterprise**

[Jetzt informieren](#)





Über Semigator Enterprise

Mit Semigator Enterprise buchen Sie alle externen Weiterbildungen, Webinare, Messen, Konferenzen und Coachings über eine zentrale Plattform. Angebunden an Ihre HR- & Einkaufssysteme. Für einen einfachen Purchase-to-Pay Prozess, von der Suche nach der passenden Weiterbildung bis zur Rechnungsstellung.

[Jetzt Termin vereinbaren](#)

Ihre Ansprechpartner



Eric Huxhagen

Senior Sales Manager

+49 151 106 44 528
E-Mail eric.huxhagen@haufe.com



Mark Leine

Senior Sales Manager

+49 160 473 97 35
E-Mail mark.leine@haufe.com

Semigator GmbH

Ein Unternehmen der Haufe Group
Edisonstraße 63
12459 Berlin
semigator.de/enterprise