

About WELT AM SONNTAG

Week for week, WELT AM SONNTAG offers the perfect mix of topics for everyone who loves life and wants to understand our world. Our authors offer powerful and intelligent texts and interviews on the topics of politics, business, life, sport, finance, property, culture, style, travel, knowledge, history and an in-depth cover story. They are an inspiration and enrich the weekend. WELT AM SONNTAG has received several international awards for its modern design.

Source: zeitung.welt.de

WELT AM SONNTAG

High savings potential for small items

The Cologne-based company Crowdfox and other consultants help large companies to save a lot of money when purchasing consumer goods for their offices and operations. Digitalized processes and artificial intelligence are now increasingly being used in this area.

Guido Hartmann, 20.04.2025

At Crowdfox's reception in Cologne, you are greeted by a red-haired four-legged friend. But it's not a fox, it's Goji the dog, a representative of the Japanese Shiba Inu breed and an employee's pet. Two foxes, on the other hand, gaze from a large photo wall towards the entrance. 'For us, the fox symbolizes the clever leader who negotiates the best price for the crowd,' explains Managing Director Dirk Schäfer.

The consultants based in the Mediapark use special software to help companies reduce their purchasing costs. 'And the costs that no management consultant has ever touched before,' says Dirk Schäfer confidently. He specializes in optimizing the 'indirect purchasing' of so-called C-parts: These are often inexpensive products, some of which are only procured in small quantities - but which can account for up to 20 per cent of a company's total purchasing - from pens to printer cartridges to toilet paper.

'Manually optimizing these costs has not paid off for companies in the past,' says Dirk Schäfer. 'Only a digital solution now makes it possible to save between eight and twelve per cent of costs here - and at the same time simplify the ordering processes many times over.'

The company is clearly hitting a nerve in the crisis-ridden German economy, where every stone is being turned to make further savings. 'There has simply been no solution so far. Hardly any company has optimized indirect purchasing to any significant extent,' says the business economist.

The list of customers who now work with the 50 'foxes' from Cologne has grown steadily. According to Schäfer, DAX-listed companies such as BASF, DHL and E.ON now rely on Crowdfox's services, as do large SMEs and family businesses. These include the world's leading catering equipment supplier Rational from southern Germany, the automotive supplier Kirchhoff from Iserlohn and the Plexiglas inventor Röhme from Offenbach.

Many suppliers are deliberately opaque when describing their products on the internet

On a screen, Dirk Schäfer and his colleague Christoph Kunel, who is responsible for software development at Crowdfox, show how this usually works. If a company employee searches for a standard product such as insulated pliers from a renowned manufacturer from the Bergisches Land region, dozens of pliers appear in search

engines and online catalogues from various suppliers, and at very different prices. One time they cost 16.36 euros or 20 euros, then 43.47 euros, always the same model, and the pliers can be purchased from 14 suppliers. However, many retailers do not mention the brand name and describe the model in order to make comparisons more difficult. 'Many customers are lost in this jungle of suppliers,' says Schäfer. And it's similar with file folders from well-known brands. There are also competitor products that are up to a third cheaper and just as good but are not known to buyers or are simply not sought out by them out of habit, says Schäfer. 'We can point out alternative products that are up to 40 per cent cheaper.' In traditional systems, it is possible to identify the best price in 50 to 70 per cent of cases. 'We achieve over 95 per cent with our system.'

TÜV NORD is apparently satisfied with the performance of the Cologne-based consultants. 'Greater user-friendliness, more process efficiency and savings in the upper single-digit percentage range: these are the results after more than half a year of using Crowdfox. The investment is paying off,' Markus Klein, Head of Procurement at TÜV Nord Group, says about Crowdfox.

The history of Crowdfox is quite turbulent: the start-up was founded by entrepreneurs in Cologne in 2014 and, according to Schäfer, many investors from the early days are still on board today. Initially, Crowdfox was an open marketplace where the 'price fox' was supposed to find the best price for end consumers ('B to C' in the jargon) from a large number of offers. A little later, business customers were added ('B to B'). However, due to powerful competitors such as Amazon Business, which were simultaneously setting up their marketplaces worldwide, the business had not become profitable.

Crowdfox then made a strategic shift in 2020 when Dirk Schäfer took over as CEO. 'The employees had created a real treasure trove of data and innovative technology,' says the Essen-

born manager. Today, the Crowdfox database can already compare more than 60 million items with the help of AI-based technology. 'Every item, regardless of which supplier it is listed with, regardless of how detailed or briefly it is described there, regardless of its name, is uniquely identified by our technology. This makes all providers comparable with each other,' says Schäfer.

According to Crowdfox, the chemical company BASF is one of the first customers to test the pilot model of the artificial intelligence model ChatCFX, which the Cologne-based company recently developed. 'Today we are still searching for keywords, in the future we will be using context,' says Schäfer.

Digital helpers independently purchase everything needed for a specific repair

ChatCFX is the name of the chatbot that does more than just find the best price for its users. 'I describe a problem, for example the repair of a defective machine,' says Schäfer. 'And ChatCFX now suggests everything I need. Naturally optimized in terms of price and presented in such a simple way that I as a user can fill my shopping basket directly with it.' Companies could reduce time-consuming manual orders by 80 per cent and map them for the first time using a digital process.

Of course, the Cologne-based company also has competitors. For example, Axiom from the UK, Unite from Saxony-Anhalt or the start-up Ask Lio from Munich when it comes to generative AI in the ordering process. And a company founded in Paderborn apparently has a very similar approach to the Cologne-based company, but did not want to comment further when asked by WELT. 'Ultimately, we're happy about the competition,' says Dirk Schäfer. 'Because it expands the market.'

KALENDER – 20. BIS 26. APRIL

Kultur bis tief in die Nacht

NEUSS

Skulpturen und frühe Fotoarbeiten

Der Künstler Reiner Ruthenbeck war fasziniert von den Eigenschaften beschneider Materialien wie Baumwolle und Holz. In seinen Anfängen war Ruthenbeck Fotograf. In Neuss ist nun eine Auswahl früherer Fotos zu sehen.

■ Skulpturenhalle der Thomas Schötte Stiftung, Neuss Holzheim, Fr. bis So., 10 bis 18 Uhr, Tel.: 02182 – 8 29 85 20

DÜSSELDORF

Eine ganze Nacht der Kunst gewidmet

Da ist gute Planung alles: In der Nacht der Museen sind 50 verschiedene Orte zu entdecken mit Werken von Künstlern aus aller Welt. Neben der Kunst gibt es Performances und Lesungen. Schauspieler David Striesow stellt sein Buch „Klassik drastisch“ vor.

■ Düsseldorf, Sa., 26.4., 19 bis 2 Uhr, Infos und Karten: www.nacht-der-museen.de/duesseldorf

BONN

Pop-Oper, die in der Arktis spielt

Mit „Vespertine“ schuf die isländische Künstlerin Björk ihr geheimnisvollstes Album. In Bonn ist jetzt eine Opern-Adaption zu sehen. Sie verwebt Musik, Puppenspiel und poetische Bilder zu einem suggestiven Abend, der auf einer arktischen Forschungsstation spielt.

■ Schauspielhaus Bonn, So., 20.4., 18 Uhr, Karten: 0228 – 77 80 08

DETMOLD

Kultroman auf der Bühne

Anthony Burgess' Roman „A Clockwork Orange“ wurde durch die Verfilmung Stanley Kubricks kult. In Detmold ist er auf der Bühne zu erleben. Der Stoff kreist um die Frage, welche Rolle Gewalt in der Gesellschaft spielt und wie man ihrem Teufelskreis entzinnen kann.

■ Sommertheater Detmold, So., 26.4., 19.30 Uhr, Karten: 05231 – 97 48 03

Am Empfang von Crowdfox in Köln begrüßt ein Vierbeiner mit auffälligem roten Fell die Gäste – kein Fuchs, sondern Hand Gaji, ein Vertreter der japanischen Rasse Shiba Inu und Haustier eines Mitarbeiters. Zwei Füchse hängen blickend von einer großen Fotowand Richtung Eingang. „Diese Tiere stehen bei uns für den klugen Anführer, der für die Menge den besten Preis verhandelt“, erläutert Geschäftsführer Dirk Schäfer.

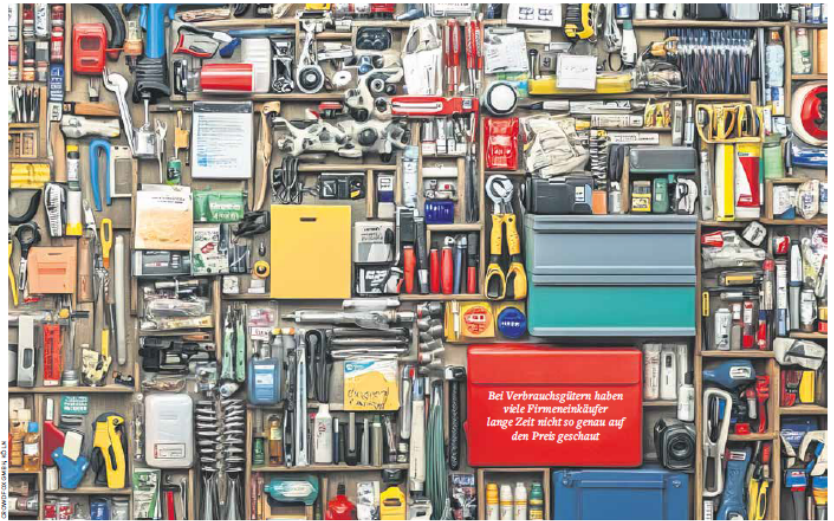
GUIDO M. HARTMANN

Die im Mediapark ansässigen Berater unterstützen mithilfe einer speziellen Software Unternehmen dabei, ihre Einkaufskosten zu senken. „Und zwar jene Kosten, die kein Unternehmensberater bisher angefasst hat“, sagt Dirk Schäfer selbstbewusst. Er hat sich auf die Optimierung des „indirekten Einkaufs“ von sogenannten C-Teilen spezialisiert: Das sind oft günstige Produkte, die häufig nur in kleinen Mengen beschafft werden – in ihrer Masse jedoch bis zu 20 Prozent des gesamten Einkaufs einer Firma ausmachen können. Von Küls über Druckerpatronen bis hin zum Toilettenpapier ist alles dabei. „Diese Kosten händisch zu optimieren, hat sich für die Unternehmen bisher nicht gerechnet“, sagt Dirk Schäfer. „Jetzt eine digitale Lösung macht es heute möglich, hier zwischen acht und zwölf Prozent der Kosten einzusparen – und gleichzeitig die Bestellprozesse um ein Vielfaches zu vereinfachen.“

Damit trifft das Unternehmen offenbar einen Nerv in der krisengeplagten deutschen Wirtschaft, wo man jeden Stein umdreht, um weitere Einsparungen zu ermöglichen. „Es gab bisher einfach keine Lösung dafür“, sagt der Betriebswirt. Die Liste an Kunden, die heute mit den 50 „Füchsen“ aus Köln zusammenarbeiten, ist zuletzt stets gewachsen. Mittlerweile arbeiten Schäfer zufolge Dax-Konzerne wie BASF, DHL und E.on mit der Crowdfox-Anwendung. Aber auch große Mittelständler und Familienunternehmen sind in der Kundenkartei. Genannt werden etwa der weltweit führende Großküchenausstatter Rational aus Süddeutschland, der Iserlohner Automobilzulieferer Kirchhoff oder der Plexiglas-Erfinder Köhn aus Offenbach.

VIELE LIEFERANTEN GEBEN SICH INTRANSPARENT

Auf einer Leinwand zeigen Schäfer und sein Kollege Christoph Kund, der bei Crowdfox die Entwicklung der Software verantwortet, wie das Vorgehen in der Regel läuft. Sucht ein Firmenmitarbeiter ein Standard-Produkt wie etwa eine Kneifzange eines renommierten Herstellers aus dem Bergischen Land, so tauchen in Suchmaschinen und Online-Katalogen verschiedener Anbieter zig Zangen auf, und zwar zu sehr unterschiedlichen Preisen. Einmal kostet sie 16,36 Euro oder 20 Euro, dann gleich 45,47 Euro, immer das gleiche Modell. Bei 14 Lieferanten kann die Zange bezogen werden. Doch viele Händler nennen den Markennamen nicht, sondern um-



Sparpotenzial beim Kleinkram

Das Kölner Start-up Crowdfox und andere Berater helfen Firmen, beim Einkauf von Material für Büro und Betrieb über digitale Anwendungen viel Geld zu sparen



Stellt Sparpotenzial Dirk Schäfer, Geschäftsführer der Crowdfox GmbH

schreiben das Modell, um eine Vergleichbarkeit zu erschweren. „Viele Kunden sind in diesem Dschungel der Lieferanten verloren“, sagt Schäfer. Das läuft bei Aktenordnern bekannter Marken ähnlich. Dabei gebe es auch Konkurrenzprodukte, die bis zu einem Drittel günstiger und genauso gut seien, aber bei den Einkäufern nicht bekannt sind oder von ihnen einfach aus Gewohnheit nicht gesucht werden, so Schäfer. „Wir können auf Alternativprodukte hinweisen, die bis zu 40 Prozent günstiger sind.“ In den klassischen Systemen gelinge es mit einigen Mühen in 50 bis 70 Prozent der Fälle, den besten Preis auszumachen. „Wir bringen es mit unserem System auf über 95 Prozent“, so Schäfer. Beim TÜV Nord ist man offenbar mit der Leistung der Kölner Berater zufrieden. „Höhere Nutzerfreundlichkeit, mehr Prozesseffizienz und Einsparungen im oberen einstelligen Prozentbereich das sind die Ergebnisse nach mehr als einem halben Jahr Nutzung von Crowdfox. Das Investment zahlt sich aus“, lässt Markus Klein, Bereichsleiter Beschaffung bei der TÜV Nord Group, über Crowdfox mitteilen.

Die Geschichte von Crowdfox ist durchaus turbulent: 2014 wurde das Start-up von Unternehmern in Köln gegründet, viele Investoren der ersten Stunden sind Schäfer zufolge bis heute

an Bord. Zunächst war Crowdfox ein offener Marktplatz, auf dem der „Preisfuchs“ aus einer Vielzahl an Angeboten den besten Preis für Endkonsumenten („B2C“ oder „Business to Customer“ im Fachjargon) herausfinden sollte. Wenig später kamen Geschäftskunden hinzu („B2B“). Doch wegen mickriger Wertebewerter wie Amazon Business, die gleichzeitig ihre Marktplätze weltweit hochzogen, sei das Geschäft nicht profitabel geworden.

2020 wollte Crowdfox dann aus dieser Erfahrung heraus einen strategischen Schwink, als Dirk Schäfer die Geschäftsführung übernahm. „Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hatten einen echten Datenschutz und eine innovative Technologie geschaffen“, erinnert sich der aus Essen stammende Manager. Heute könne die Datenbank von Crowdfox mehr als 60 Millionen Artikel vergleichbar machen, mithilfe einer KI-basierten Technologie. „Jeder Artikel, egal bei welchem Anbieter er gelistet ist, egal wie ausführlich oder knapp er dort beschrieben wird, egal, wie er heißt, wird durch unsere Technologie eindeutig identifiziert. Damit werden alle Anbieter untereinander vergleichbar gemacht“, sagt Schäfer. Der Chemiekonzern BASF ist laut Crowdfox einer der ersten Kunden, der gerade das Pilotmodell eines KI-Chat-

bets erprobt, den die Kölner zuletzt entwickelt haben. „Heute sucht man noch nach Schlagworten, in der Zukunft über Kontext“, so Schäfer.

DIGITALE HELPER KAUFEN ALLES FÜR EINE REPARATUR EIN

ChatCFX heißt der Chatbot, der nicht nur den besten Preis für seine Nutzer finden soll. „Ich schildere ein Problem, zum Beispiel die Reparatur einer defekten Maschine“, sagt Schäfer. „Und ChatCFX schlägt mir nun alles vor, was ich dafür benötige. Natürlich preislich optimiert und in einer so einfachen Art und Weise präsentiert, das ich als Anwender direkt meinen Warenkorb damit füllen kann.“ Unternehmen könnten so aufwendige manuelle Bestellungen um 80 Prozent senken und sie erstmals durch einen digitalen Prozess abbilden.

Natürlich haben die Kölner und ihr Konzept zum Einsatz generativer KI im Bestellprozess Konkurrenten. Etwas Axion aus Großbritannien, Umte aus Sachsen-Anhalt oder das Start-up Ask Lio aus München. Und eine in Paderborn gegründete Firma hat offenbar einen ganz ähnlichen Ansatz wie die Kölner, wollte sich auf Anfrage aber nicht näher dazu äußern. Aber: „Am Ende freuen wir uns über den Wettbewerb“, sagt Dirk Schäfer. „Denn der vergrößert den Markt.“