



## *So senken Sie im Internet Beschaffungskosten*

Das Internet bietet mittlerweile viele Möglichkeiten für mittelständische Betriebe: Die hohe Verbreitung von DSL sorgt für eine funktionierende Internet-Infrastruktur, Plattformen sind ausgereift und die Erfolge der Web-Pioniere zwingen mehr und mehr Geschäftsleute zur Nutzung der Online-Beschaffung, auch E-Procurement genannt. Grundsätzlich bietet Ihnen E-Procurement vier Alternativen, um Ihre Kosten mittels Online-Beschaffungssystemen zu reduzieren:

### 1. Online-Shops

Der Einsatz dieser Technologie erfordert weder spezielle Kenntnisse noch zusätzliche Software. Der Anwender erhält eine Anmelde-Kennung und ein Kennwort und kann dann über jeden Internetanschluss Waren auswählen und bestellen.

- ❑ Online-Shops eignen sich für ein schnelles, einfaches Bestellen von Sonderfällen bei relativ niedrigem Bestellwert.
- ❑ So genannte Preisagenturen haben sich darauf spezialisiert, die Preise unterschiedlicher Anbieter zu vergleichen und kostenfrei im Internet zur Verfügung zu stellen. Der Mitarbeiter kann so ohne großen Mehraufwand noch einen einfachen Preisvergleich vornehmen.
- ❑ Unkontrolliertes Anwenden von Online-Shopping führt jedoch zu einer Umgehung des Einkaufs, einer Zersplitterung der Bestellvolumina und unverhältnismäßig hohen Logistikkosten. Legen Sie deshalb klare Regeln fest, wann ein Mitarbeiter über den Online-Shop eines Lieferanten bestellen darf.

### 2. Katalogbasierende Marktplätze

Bei diesen Desktop-Purchasing-Systems (kurz DPS) führt der Einkauf erst eine Vorauswahl durch, vereinbart Bestellkonditionen und entscheidet sich dann für einen DPS-Anbieter. Dieser integriert sein Bestellverfahren in die betrieblichen Abläufe.

- ❑ Der Mitarbeiter erhält Zugriff auf das DPS, welches ihm umfassende Recherchen und Bestellungen erlaubt. Da Berechtigungen sowie die betrieblichen Regeln für Freigaben und Genehmigungsverfahren integriert werden, kommt es i.d.R. nicht mehr zu einer Verletzung der Beschaffungsrichtlinien.
- ❑ DPS sorgen für eine drastische Reduzierung des bisherigen Verwaltungsaufwands. Allerdings bedarf es einer Restrukturierung der bisherigen Bestellverfahren. So sollte die Genehmigung entweder über die Anwendungssoftware, per E-Mail oder monatlich nachträglich durch die Überprüfung des vereinbarten Budgets erfolgen.
- ❑ Der Einkäufer investiert die Zeit für eine Lieferantenauswahl und handelt für die gebündelten Abnahmemengen Sonderkonditionen aus. Bestellabwicklung und Rechnungsprüfung erfolgen in der Fachabteilung. Durch integrierte Statistiken bleibt der Einkäufer involviert und kann bei verändertem Einkaufsverhalten eingreifen.



## So senken Sie im Internet Beschaffungskosten (Forts.)

### 3. Elektronische Marktplätze

Elektronische Marktplätze ermöglichen Anbietern und Nachfragern, einander kennen zu lernen, Preise und Leistungen zu vergleichen, zu verhandeln und Geschäfte abzuschließen. Durch die Vielzahl der Anbieter ermöglichen sie dem Einkäufer eine schnelle Marktübersicht.

- ❑ Elektronische Marktplätze erfordern jedoch eine entsprechende Mehrarbeit. So müssen Ansprüche genau spezifiziert und dokumentiert sowie Anfragen in mehreren Sprachen verfasst werden. Der Versand dieser Anfragen, Request For Information (RFI) genannt, wird vom Marktplatz übernommen.
- ❑ Viele elektronische Marktplätze bieten auch die Möglichkeit der Ausschreibung, d.h. der Einkäufer fragt nicht nur bei den ihm bekannten Lieferanten an, sondern platziert seine Anfrage auf einem branchenspezifischen Marktplatz (RFQ, Request For Quotation).
- ❑ Je nach Qualität wird der Einkäufer nicht nur bei der Ausschreibung, sondern auch bei der Bewertung der eingegangenen Angebote unterstützt. Durch die vom Marktplatz vorgegebenen digitalen Raster können die Angebote maschinell ausgelesen werden und ermöglichen so differenzierte Vergleiche und Gewichtungen.

### 4. Auktionsbasierende Marktplätze

Bei diesen Reverse-Auctions bestimmt der Anbieter einen Höchstpreis, der von den interessierten Lieferanten unterboten wird. Der Anbieter legt vorher fest, ob die Wettbewerber jeweils alle Preise oder nur ihr aktuelles Ranking gegenüber der Konkurrenz einsehen können.

- ❑ Die Möglichkeiten auktionenbasierender Marktplätze können nur nach entsprechender Vorbereitung genutzt werden. Es herrschen völlig unterschiedliche Gebührenstrukturen, Werkzeuge und Technologien vor. Ein Unternehmen sollte sich also auf wenige, zu seinen Geschäftsfeldern passende elektronische Marktplätze konzentrieren.
- ❑ Eine Übersicht gibt Ihnen der b2b-Marktplatzführer "Erfolgreich handeln auf Online-Märkten" von Prof. Dr. Ronald Bogaschewsky, von der Universität Würzburg, Mitglied des Bundesvorstandes des Bundesverbandes Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. ([www.b2b-marktplaetze.de](http://www.b2b-marktplaetze.de)).