



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten

Autoren:

Dott. Ing. Tomaso Forzi

Dipl.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Peter Laing

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

erstellt durch das



Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR) an der RWTH Aachen

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten

Version 2.2

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen

Pontdriesch 14/16

D - 52062 Aachen

www.aixplorer.de

1 Hintergrund

Neue Informations- und Kommunikationstechnologien schaffen transparente und globale Märkte, ermöglichen eine flexiblere Beschaffung und führen zu kürzeren Produktlebenszyklen, so dass sich neue Chancen im Einkaufs- und Beschaffungsmanagement ergeben. Insbesondere große Unternehmen nehmen bereits heute erfolgreich am Handel auf elektronischen Marktplätzen teil und realisieren so u.a. Kostensenkungen in ausgewählten Segmenten ihres Beschaffungsportfolios. Kleine und mittlere Industrieunternehmen nutzen jedoch die Möglichkeiten elektronischer Marktplätze zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit bisher relativ wenig. Die Ursachen für die Zurückhaltung der mittelständischen Industrie beim elektronischen Handel sind vielfältig und komplex. Wesentliche Gründe sind u.a. die noch unzureichende Vertrautheit vieler kleiner und mittlerer Unternehmen mit dem elektronischen Geschäftsverkehr, teilweise hohe Infrastrukturinvestitionen und eine oft fehlende Kenntnis neuer Gestaltungsmöglichkeiten von Beschaffung und Vertrieb. Ziel dieser Checkliste ist es, eine praxisbezogene Hilfestellung für Unternehmen, die den Handel auf Business-to-Business (B2B) E-Marktplätze planen, vorzustellen.

erstellt durch das



©FIR 2005

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten Version 2.2

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen
Pontdriesch 14/16
D - 52062 Aachen

www.aixplorer.de

2 Grundregeln für den erfolgreichen Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten

Nachfolgend werden einige Grundregeln für einen erfolgreichen Einstieg in den Handel auf elektronischen Marktplätzen dargestellt. Die Beachtung dieser Regeln sowie ein methodisch unterstütztes Vorgehen hilft, schwerwiegende Fehler zu vermeiden und die Potenziale des elektronischen Handels zu erschließen.

Regel 1: Identifizieren Sie sämtliche Produkte, die online gehandelt werden können!

☞ Dazu gehören:

- Endprodukte
- Dienstleistungen
- Kuppelprodukte und
- sonstige Leistungen.

Regel 2: Sämtliche Produkte und Dienstleistungen müssen aus Unternehmenssicht so geordnet werden, dass sich Anforderungen an den elektronischen Handel ableiten lassen!

☞ z.B. ABC-Analyse, Unterscheidung direkter & indirekter Güter usw.

Regel 3: Beobachten Sie genau, wie sich die Beschaffungskonzepte ihrer Kunden verändern!

☞ z.B. Umstellung von Single- auf Multiple- oder Global-Sourcing

erstellt durch das



©FIR 2005

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten Version 2.2

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen
Pontdriesch 14/16
D - 52062 Aachen

www.aixplorer.de

- ☑ **Regel 4: Loten Sie die Möglichkeit einer Kooperationsbildung aus! Möglicherweise können z.B. Zulieferer im Netzwerk erfolgreicher agieren, indem Sie gemeinsam als virtueller Systemanbieter auftreten!**

☞ *Je komplexer ein Produkt ist, um so schwieriger lässt es sich vergleichen! Eine erhöhte Preistransparenz schlägt so nicht in voller Wucht durch. Komplexe Systeme können elektronisch ausgeschrieben oder versteigert werden.*

- ☑ **Regel 5: Die Machtverhältnisse und die Wettbewerbssituation in der jeweiligen Branche müssen realistisch eingeschätzt werden!**

☞ *Bis auf wenige Ausnahmen wird das Machtgefüge durch den elektronischen Handel nur eingeschränkt verändert.*

- ☑ **Regel 6: Aufgrund sinkender Transaktionskosten muss die eigene Fertigungstiefe überprüft werden! Auch die Vertriebsorganisation wird sich erheblich verändern!**

- ☑ **Regel 7: Falls noch nicht geschehen, formulieren Sie möglichst schnell eine E-Business-Strategie, die an ihren Kernkompetenzen ausgerichtet ist! Berücksichtigen Sie dabei den elektronischen Handel!**

☞ *Um im E-Business erfolgreich zu sein, brauchen Sie eine geeignete Strategie. Bei der Umsetzung ist entschlossenes Handeln wichtig!*

erstellt durch das



©FIR 2005

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten Version 2.2

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen

Pontdriesch 14/16

D - 52062 Aachen

www.aixplorer.de

- ☑ **Regel 8: Ist die eigene Verhandlungsmacht relativ groß, so kann erwogen werden, einen eigenen Marktplatz aufzubauen!**

- ☑ **Regel 9: Falls ein eigener Marktplatz gegründet werden soll, so ist ein strategisches Vorgehen sowie die Beachtung der Internetgeschwindigkeit wichtig!**
 - ☞ *Wer heute mit dem Aufbau eines Marktplatzes beginnt, hat gewöhnlich nicht mehr den „First Mover Advantage“! Daher ist Geschwindigkeit die oberste Maxime!*

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 5/7 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten Version 2.2

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen

Pontdriesch 14/16
D - 52062 Aachen

www.aixplorer.de

3 Auswahlhilfe

In der Praxis haben viele Unternehmen erhebliche Probleme bei der Entscheidung, auf welchen Marktplätzen tatsächlich gehandelt werden soll. Am Aachener Competence Center – Electronic Commerce wurden Methoden und Instrumente entwickelt, die es Unternehmen ermöglichen, geeignete Marktplätze zu identifizieren. Weitere Informationen zur Auswahlproblematik und zum Thema E-Marktplätze allgemein finden Sie auf der Internet-Adresse:

www.ec-beschaffung-und-maerkte.de



erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 6/7 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Checkliste

Grundregeln für den Einstieg in den Handel auf elektronischen Märkten Version 2.2

Aachener Competence Center –
Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen

Pontdriesch 14/16

D - 52062 Aachen

www.aixplorer.de

4 Kontakt

Dott. Ing. Tomaso Forzi

Aachener Competence Center – Electronic Commerce (ACC-EC)

c/o Forschungsinstitut für Rationalisierung (FIR)
an der RWTH Aachen

Pontdriesch 14/16, D - 52062 Aachen

E.-Mail: Tomaso.Forzi@fir.rwth-aachen.de

Tel.: 0241 / 477 05 506 Fax: 0241 / 477 05 199

Internet :

www.aixplorer.de

www.ec-beschaffung-und-markte.de

www.ec-net.de

www.fir.de

www.aixplorer.de

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 7/7 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit