



Themenschwerpunkt Elektronische Beschaffung und Märkte

Leitfaden „Einstieg in den dezentralen Einkauf“

begin , c/o IHK Hannover
Christian Heegardt
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.begin.de

Stand: 30. November 2005

Leitfaden „Einstieg in den dezentralen Einkauf“

Der Einkauf von Gebrauchsgütern wie Büroartikel oder produktionsrelevanten Gütern über das Internet bietet auch kleinen und mittleren Unternehmen Vorteile.

Eine eigene E-Procurement-Lösung für diese Unternehmen macht allerdings gerade für kleine Unternehmen wenig Sinn. Nur wenn folgende Fragen uneingeschränkt mit „ja“ beantwortet werden können, sollte über eine eigene E-Procurement-Lösung nachgedacht werden:

- Können Bestellvorgänge beschleunigt werden?
- Existieren für verschiedene Güter unterschiedliche Lieferanten?
- Werden ausreichend Bestellungen mit entsprechendem Volumen getätigt?
- Können die Beschaffungsprozesse grundsätzlich auch elektronisch abgewickelt werden?

Für eine Vielzahl von kleineren Unternehmen trifft dies nicht zu. Aber auch diese können ohne eigene E-Procurement-Lösung von den Möglichkeiten des elektronischen Einkaufs profitieren. Statt Bestellformulare auszufüllen oder telefonisch Bestellungen zu übermitteln kann dies zügig und mit verhältnismäßig geringem Aufwand auch online erfolgen: Zum einen können Artikel direkt über den Online-Shop eines Händlers geordert werden, andererseits kann der Einkauf auch über elektronische Marktplätze abgewickelt werden.



Themenschwerpunkt Elektronische Beschaffung und Märkte

Leitfaden „Einstieg in den dezentralen Einkauf“

begin , c/o IHK Hannover
Christian Heegardt
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.begin.de

Stand: 30. November 2005

1. Online-Shop eines Lieferanten

Sämtliche Prognosen sehen im elektronischen Handel zwischen Unternehmen enormes Wachstumspotential. Folgerichtig bieten immer mehr Händler oder Hersteller ihren Kunden, zusätzlich zu den klassischen Vertriebswegen, den direkten Einkauf über einen Online-Shop an. Die Bestellung erfolgt über einen extern vorhandenen Katalog des Online-Shop-Betreibers.

Folgende Vorteile lassen sich realisieren:

- Bestellung rund um die Uhr,
- Zeitgewinn durch zügige Bearbeitung,
- aktueller Artikelbestand,
- Reduzierung von Fehlerquellen bei der Übermittlung,
- je nach Shopsystem vereinfachte Bestellmöglichkeit für bereits häufig beschaffte Artikel,
- eventuell Verfügbarkeitsanzeige zu bestellender Artikel.

Mit oder ohne Registrierung des einkaufenden Unternehmens auf der Website des Online-Shop-Betreibers erhalten Mitarbeiter Zugang zum Online-Shop und können Bestellungen vornehmen. Zwar steht derzeit die Beschaffung geringwertiger Güter wie Büromaterial im Vordergrund, erfahrungsgemäß lassen sich aber mittlerweile auch höherwertige Produkte sowie Verbrauchsgüter der Produktion problemlos per Online-Shop beschaffen.



Themenschwerpunkt Elektronische Beschaffung und Märkte

Leitfaden „Einstieg in den dezentralen Einkauf“

begin , c/o IHK Hannover
Christian Heegardt
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.begin.de

Stand: 30. November 2005

2. Elektronische Marktplätze

Elektronische Marktplätze sind durch eine Vielzahl von Nachfragern und Anbietern gekennzeichnet. Je nach Zielgruppe wird zusätzlich zwischen branchenspezifischen und branchenübergreifenden Marktplätzen unterschieden. Für den Einstieg in den elektronischen Einkauf eignen sich insbesondere zwei Formen elektronischer Marktplätze. Dazu zählt der sogenannte Katalog-Marktplatz sowie die Ausschreibungsplattform.

Katalog-Marktplatz

Auf einem Katalog-Marktplatz stellen mehrere Anbieter vergleichbare Artikel in Form öffentlich zugänglicher Kataloge online zur Verfügung; zusätzlich können auch kundenspezifische Kataloge vorhanden sein (Kundenkataloge). Offene Marktplätze sind allgemein zugänglich und können von jedem Unternehmen als Einkäufer genutzt werden.

Relativ bekannte branchenübergreifende, überregionale Marktplätze mit der Zielgruppe kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland sind:

- ALLAGO.de: www.allago.de
- Atradapro.de: www.atradapro.de
- CaDirect: www.cadirect.de
- Mercato: www.mercateo.com
- T-Mart: www.t-mart.de



Themenschwerpunkt Elektronische Beschaffung und Märkte

Leitfaden „Einstieg in den dezentralen Einkauf“

begin , c/o IHK Hannover
Christian Heegardt
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.begin.de

Stand: 30. November 2005

Ausschreibungsplattform

Elektronische Marktplätze haben im wesentlichen die Funktion, geschäftliche Transaktionen direkt zu vereinbaren oder zumindest den Vertragsabschluss in wesentlichen Aspekten vorzubereiten. Letztere Funktion übernehmen Ausschreibungsplattformen, auf denen sich Anbieter von Gütern und Dienstleistungen registrieren und Einkäufer ihren Bedarf anhand möglichst standardisierter Formulare ausschreiben.

Daraufhin werden die in Frage kommenden Verkäufer von diesem Bedarf unterrichtet und aufgefordert, ein Angebot abzugeben. So erhält der Einkäufer durch das Ausfüllen einer einzigen standardisierten Bedarfsanforderung eine Liste potentieller Verkäufer mit konkreten Angeboten, über deren Annahme er schließlich entscheidet. Nicht nur die Einkaufspreise, sondern insbesondere die Prozesskosten beim Einkauf können erheblich gesenkt werden.

Empfehlung

Testen Sie den direkten Einkauf über das Internet einfach mit relativ simplen aber hochpreisigen Gütern aus dem Bereich Büroartikel und vergleichen Sie die Preise. Anbieter von Büroartikeln mit Online-Shop sind beispielsweise in den Katalogen von WEB.DE oder bei YAHOO! Deutschland zu finden. Bei der Nutzung eines Marktplatzes fallen in der Regel für den Einkäufer übrigens keine zusätzlichen Kosten an; in einigen Fällen gibt es auch die Möglichkeit eines Gast-Logins.