



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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 dieses Leitfadens ist es, eine praxisnahe Methodik zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze aufzuzeigen.

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 2/8 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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

Vorgehensweise zur Auswahl eines geeigneten elektronischen Marktplatzes

Unternehmen können effektiv nur auf einer eng begrenzten Anzahl elektronischer Marktplätze handeln, so dass Unternehmen im Allgemeinen eine Auswahl von Marktplätzen nach geeigneten Kriterien durchführen müssen. Ziel dieses Leitfadens ist die fundierte Unterstützung von Entscheidern bei der Identifikation geeigneter Marktplätze. Dabei müssen mögliche Vorteile bewertet und notwendige Randbedingungen für einen wirtschaftlichen Erfolg analysiert werden (z.B. geeignete Handelsmechanismen und ausreichende Transaktionsunterstützung).

Zur Bewertung existierender Marktplätze werden hier unterschiedliche Kriterien herangezogen. Es ist besonders wichtig, dass die Machtverhältnisse des Marktes in der Betreiberstruktur wiedergespiegelt werden. Wenn ein Markt von einem großen Unternehmen dominiert wird, ist die Erfolgsaussicht für einen unabhängigen Dritten recht gering, wenn er diesen „Branchenprimus“ nicht als Kooperationspartner gewinnen kann und dieser eine eigene, konkurrierende Handelsplattform gründet. Die Machtverhältnisse innerhalb eines Marktes werden durch die ersten vier Erfolgskriterien der Abbildung 1 zur Bewertung elektronischer Marktplätze berücksichtigt.

Das gesamte Konzept eines Marktplatzes muss überzeugen. Dabei gilt insbesondere, dass vertikale Marktplätze sich klar auf die jeweilige Branche konzentrieren müssen und dass horizontale Plattformen ein sehr breitgefächertes Angebot bereitstellen müssen. Die Größe ist dann entscheidend.

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 3/8 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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

Es reicht nicht aus, einen Marktplatz einzig und allein an dessen wirtschaftlichen Erfolg zu bewerten. Unternehmen müssen sicher sein, dass eigene Präferenzen und Erfolgsfaktoren berücksichtigt werden. Hierzu gehören geeignete Handelsmechanismen für die eigenen Produkte, die Abbildung von Differenzierungsmerkmalen sowie eine leistungsfähige ERP-Anbindung. Die geographische Ausrichtung eines Unternehmens muss zudem mit dem Einzugsgebiet eines Marktplatzes übereinstimmen, da bei der Geschäftsabwicklung auch der physikalische Transport bzw. die Logistikkosten unbedingt berücksichtigt werden müssen (vgl. Abbildung 1).

Da es für fast alle Branchen bereits mehrere Marktplätze gibt, muss zudem entschieden werden, auf welchen Marktplätzen auch tatsächlich gehandelt werden kann (in dem Sinne einer Vorauswahl). Die konkrete Marktplatzauswahl für den Vertrieb oder den Einkauf fußt maßgeblich auf die nachfolgend aufgeführte Bewertungstabelle. Bei der Auswahl gilt es dennoch einige zusätzlich Punkte zu beachten: Vor der eigentlichen Bewertungsphase steht die sogenannte Identifikationsphase, in der grundsätzlich geeignete Marktplätze zu identifizieren sind. Hierfür werden nur grundsätzliche Kriterien wie Branchenfokus und geographische Ausrichtung herangezogen. In einem zweiten Schritt können diese Marktplätze dann nach der Systematik gemäß detailliert bewertet werden, um so die optimalen Handelsplattformen zu ermitteln. Allerdings ist diese Systematik lediglich als Beispiel zur Bewertung von elektronischen Marktplätzen zu verstehen und hat somit nur exemplarischen Charakter. So stellen beispielsweise die hier vorgeschlagenen Gewichtungen nur Richtwerte dar und müssen vor einer konkreten Auswahl unternehmensspezifisch adaptiert werden.

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 4/8 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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

Erfolgskriterium	Gewicht [0..5]		Beurteilung					Gesamt	
	vertikal	Horizontal		0	1	2	3		4
Marktplatz									
Startkapital / Investoren	3	3	gering						hoch
Umsatz und Anzahl der Anwender	4	4	gering						hoch
Strategische Partner	5	5	keine						viele
Bedrohung durch andere Plattformen	3	3	groß						keine
Management	3	3	unerfahren						erfahren
Sicherheitskonzept	4	2	nicht vorhanden						optimaler Schutz
Zielgruppenfokus und Branchenkenntnis	5	0	kein Branchenfokus						Branchenfokus
Breite und Eignung des Angebots	0	5	gering						groß
Mehrwertschaffende Dienste	4	2	nicht vorhanden						weitgehende Mehrwerte
Teilnehmer									
Handelsmechanismen	5	2	ungeeignet						geeignet
Abbildung von Differenzierungsmerkmalen	5	1	schlecht						gut
Einzugsgebiet des Marktplatzes	5	5	außerhalb						innerhalb
Schnittstelle zum ERP-System	3	4	nicht vorhanden						einfache Verknüpfung
Transaktionsunterstützung									
Information	5	5	gering						hoch
Vereinbarung	4	4	gering						hoch
Kooperation	4	1	gering						hoch
Abwicklung	3	2	gering						hoch
Kundenservice	2	1	gering						hoch
GESAMT								Σ	

Abbildung 1: Bewertungstabelle für elektronische B2B-Marktplätze

erstellt durch das



©FIR 2005

gefördert durch das



Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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.aixploer.de

Sind sämtliche Marktplätze bewertet, so sind diejenigen Plattformen, die die höchsten Punktzahlen erreicht haben und gleichzeitig oberhalb einer geforderten Mindestpunktzahl liegen, grundsätzlich geeignet. Eine Mindestpunktzahl kann auf der Annahme eines allgemeinen Durchschnittes festgelegt werden, indem z.B. verlangt wird, dass mindestens 50% der möglichen Punkte auch erreicht werden. Für die hier gewählten Voreinstellungen der Gewichte bedeutet das, dass ein horizontaler Marktplatz mindestens 104 Punkte erreichen sollte und ein vertikaler 134 Punkte.

Zusätzlich sollten die Marktplätze, die für den elektronischen Handel verwendet werden sollen, keinen „Null- Punkte-Ausreißer“ bei der Beurteilung haben! Ist ein erfolgswirksames Kriterium mit null Punkten bewertet, so ist hier unbedingt eine weitere Analyse angezeigt, um festzustellen, ob es sich um ein Ausschlusskriterium handelt.

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 6/8 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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 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 7/8 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit



Leitfaden

Praxisnahe Vorgehensweise zur Bewertung und Auswahl elektronischer Marktplätze

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

Willkommen beim AIXplorer, dem eCommerce - Navigator der Region Aachen - Microsoft Internet Explorer

Adresse http://www.aixplorer.de/content_templates/ctpl_list/ctpl_default.asp

Home | Kontakt | Impressum | Sitemap | Suchen

Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr ACC-EC
Aachener Competence Center -
Electronic Commerce

WIR ÜBER UNS KNOW-HOW NEWS DIENSTLEISTER TERMINE LINKS

⇒ ACC-EC - Ihr E-Commerce-Beratungszentrum in der Region Aachen

Unser Angebot für Sie: Individuelle Beratungen, Workshops, Seminare und umfangreiches Know-how zu aktuellen E-Business-Themen. Profitieren Sie auch von den Erfahrungen anderer durch Beispiele aus der Praxis. Im bundesweiten Netzwerk für den Elektronischen Geschäftsverkehr sind wir Ihr Ansprechpartner in der Region.

Verschaffen Sie sich einen Gesamtüberblick über die Aktivitäten im Netzwerk zum Thema E-Business für Mittelstand und Handwerk. Neben den 23 regionalen Beratungszentren sind 3 spezielle Branchenkompetenzentren für Sie tätig. Zusätzlich haben wir 6 besonders wichtige Themen für Sie in eigens dafür eingerichteten Schwerpunkten aufbereitet. Besuchen Sie uns daher auch auf <http://www.ec-net.de/>.

News

- 15.04.04 - Mehr Kundenorientierung durch Nutzung von E-Business-Potenzialen
- 15.04.04 - Roadshow IT-Sicherheit – 22 Städte werden angefahren
- 05.04.04 - Deutschland bei E-Government nur Platz 6

Veranstaltungen

- 22.04.04 - Potenziale des Elektronischen Geschäftsverkehrs für das Handwerk
- 30.04.04 - Elektronischer Austausch von Materialzeugnissen in der Metallbranche
- 11.05.04 - Mehr Kundenorientierung durch Nutzung von E-Business-Potenzialen

Gefördert durch das
Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit

erstellt durch das



©FIR 2005

- Seite 8/8 -

gefördert durch das



Bundesministerium
für Wirtschaft und Arbeit