



Buch Professionell einkaufen mit dem Internet

E-Procurement - Direct Purchasing

Carl Hans Block
Hanser, 2001

Rezension

Schneller, umfassender, einfacher - das ist der moderne Einkauf über das Internet. Wie gestalten Sie ihn, wo liegen die Vorteile und was müssen Sie dabei alles berücksichtigen, damit Ihre Einkaufsabteilung künftig erfolgreich und kostensparend arbeitet? Carl Hans Block hat es in seinem Leitfaden zusammengestellt. Der Autor liefert viel zusätzliches Wissen, angefangen von allgemeinen Informationen rund um Internet und E-Commerce bis zu den rechtlichen Aspekten des Internet-Betriebs. Praktische Tipps für die Arbeit im Internet und jede Menge Internet-Links für Einkäufer runden das Angebot ab. *BooksInShort.com* empfiehlt diese Buch Führungskräften, die den Einkauf in ihrem Unternehmen künftig mit modernster Informationstechnologie auf Vordermann bringen möchten. Und natürlich sollte sich jeder Einkäufer mit dem Inhalt dieses Buches vertraut machen.

Take-aways

- Der Einkauf hat eine wichtige Rolle in Ihrem Unternehmen: Er liefert Informationen.
- Nahezu alles, was der Einkauf sucht, findet er heute schon im Internet.
- Auch Dienstleistungen können Sie schon internetgestützt bestellen.
- Einkaufen per Internet spart Zeit, die Sie an anderer Stelle effizienter einsetzen können.
- Gestalten Sie Ihre Einkäufer-Homepage so professionell, dass Ihre Kunden sofort erkennen, ob Ihr Angebot zu ihnen passt.
- Nutzen Sie das Expertenwissen von Internet-Dienstleistern, um für Sie massgeschneiderte Problemlösungen zu finden.
- E-Procurement heisst, dass Sie für den Einkauf nur noch einen Bruchteil des bisher üblichen Aufwandes betreiben.
- Anders als früher ist der Einkauf heute wesentlich an der Wertschöpfung beteiligt.
- Kleinteile kommen mit Direct Purchasing ins Haus. Dann hat der Einkäufer Zeit, sich um die kostenintensiveren A- und B-Teile zu kümmern.
- Das Internet birgt auch Gefahren und Sie müssen sich ein Sicherungskonzept zurechtlegen, das Sie ruhig schlafen lässt.

Zusammenfassung

Schneller, besser, billiger

Welche Funktion hat der Einkauf in Ihrem Unternehmen? Ihm steht die Schlüsselrolle zu! Woher beziehen Sie Ihre Informationen beispielsweise für die Produktentwicklung? Aus dem Beschaffungsmarkt, er ist Ihr "Information-Broker". Die Einkaufsabteilung hat strategische, taktische und operative Aufgaben. Wenn der Einkauf Kosten spart, spüren Sie das direkt im Unternehmensergebnis. Wie sparen Sie? Indem Sie die Möglichkeiten des Internets nutzen. Wie lange wollen Sie noch wertvolle Zeit mit dem traditionellen Einkauf vertrödeln? Setzen Sie Ihren Einkäufer vor den PC und lassen Sie ihn Recherche im Web betreiben. Er findet nirgendwo sonst so schnell neue Lieferanten. Ausserdem kann er Preise direkt vergleichen und den gesamten Markt durchforsten. Und bestellen kann er auch gleich. Das ist E-Procurement.

Alles Internet oder was?

Es gibt schon noch Waren und Dienstleistungen, die Sie nicht internetgestützt erwerben können. Aber dort, wo es geht, bei niedriger strategischer Bedeutung und hoher Standardisierung, bringt es auf jeden Fall enorme Vorteile. Den ganzen Kleinkram können Sie beispielsweise über Preisagenturen, virtuelle Marktplätze und Auktionen oder Purchasing-Cards besorgen. Aber fangen Sie nicht gleich mit den kompliziertesten Lösungen an, lassen Sie es stufenweise angehen und sammeln Sie Erfahrungen. Wenn Bestellungen Millionenhöhe erreichen, sollten Sie besser traditionelle Lieferverträge aushandeln. Wo finden Sie, was Sie suchen? Über Suchmaschinen, Branchenverzeichnisse, Firmen- und Lieferantendatenbanken. Sie können Ihre Angebotsaufforderung auch per E-Mail an verschiedene Firmen verschicken, die dann auch wieder per E-Mail antworten. Das geht schnell und die Zeit, die Sie sich eingespart haben, nutzen Sie, um die Angebote genau zu vergleichen. So sparen Sie auch Geld - und eine Menge Papier. Klappt übrigens auch mit Bedarfsausschreibungen entweder auf der eigenen Homepage, auf der Einkäufer-Homepage eines Unternehmens oder auf Bulletin-Services bzw. elektronischen Marktplätzen. Das ist zwar noch recht neu, aber schon ein Trend.

Ihr Auftritt, bitte!

Sie haben noch keine Einkäufer-Homepage? Wichtig ist, dass die Website attraktiv ist und der Besucher keine grauen Haare bekommt, bis sie endlich geladen ist. Also bitte

- keinen Firlefanz mit grafischen Effekten,
- keine riesigen Bild-Dateien,
- keine Wischiwaschi-Informationen,
- sondern aktuell, präzise und aussagekräftig!

„Unbestritten ist allgemein, dass mit der Einführung von E-Procurement erhebliche Verbesserungen erzielt werden können.“

Integrieren Sie einen Lieferantenfragebogen und lassen Sie keine Zweifel darüber, welche Qualifikation Sie vom Zulieferer erwarten.

Angebot und Nachfrage grenzenlos

Wer liefert am günstigsten? Hongkong, USA, Taiwan? Dank Bulletin-Board-Services (BBS) können Sie Ihren Bedarf weltweit präsentieren. Die Trade-Pages funktionieren wie ein globales schwarzes Brett und Sie haben sofort Kontakt zu internationalen Unternehmen, die Angebote abgeben möchten. Die elektronischen Marktplätze sind zukunftssträchtig. Hier sind Sie mittendrin im Geschehen, können erste Kontakte aufnehmen und handeln. Was bringen hier Direkt-Marketing-Tools? Sie erreichen Ihre Zielgruppe, verringern Streuverluste, werden bekannt, verbessern Ihr Image und bekommen neue Kunden aus bisher nicht beworbenen Regionen. Und das alles viel billiger als bisher!

Hilfe aus dem virtuellen Raum

Sie haben keine Lust, sich täglich durch Homepages und Suchmaschinen zu arbeiten? Virtuelle Dienstleister übernehmen diesen Job.

Einige einkaufsrelevante Informationen, die Sie auf diese Weise erhalten, sind sogar kostenlos. Und manche Dienstleister ermitteln nicht nur die Lieferquellen, sondern wickeln dann auch gleich die komplette Warenbeschaffung ab. Natürlich möchten Sie die besten Konditionen für Ihre Waren. Aber "time is money", also lassen Sie Spezialisten ran. Preisagenturen versprechen bis zu 50 % Einsparungen. Klicken Sie sich mal durch ein paar Webadressen! Sie haben gut eingekauft? Prima, jetzt sollten die Waren auch noch zu Ihnen kommen. Wer einkauft, braucht Logistik und Transport. Wer soll es machen? Sie müssen sich nicht mühsam die einzelnen Firmen zusammensuchen, das nehmen Ihnen Logistikdienste ab. Suchen Sie aus deren Angebot das für Sie passende Logistik- und Transportunternehmen aus. Was machen Sie eigentlich den ganzen Tag? Im Internet surfen und nach den neuesten Informationen über interessante Lieferanten und Produkte suchen? Schön, wenn Sie so viel Zeit haben. Falls nicht, vertrauen Sie sich einem Push-Dienst an. Haben Sie sich erst mal Ihre Informationswünsche zurechtgelegt, versorgt der Nachrichtenpool Sie automatisch und regelmässig und noch dazu kostenlos mit E-Mails.

Sind Sie bereit?

Einen PC haben Sie und mit dem Internet können Sie auch umgehen. Das ist schon mal ein Anfang. Wollen Sie Ihren Einkauf künftig via Internet abwickeln, brauchen Ihre Einkäufer aber mehr als die technische Ausrüstung. Dem Einkauf kommt eine neue, qualifiziertere Rolle zu: Er ist wesentlich an der Wertschöpfung beteiligt und mehr als früher lieferantenorientiert. Man sucht gemeinsame Lösungen: bei den Lagerhaltungskosten, den Einkaufsquellen und den Einkaufsaktivitäten. Und was hat Ihr Unternehmen vom E-Procurement? Sie verbessern die Einkaufsergebnisse und verringern v. a. den Aufwand. Darüber gibt es bemerkenswerte Statistiken:

- Sie brauchen nur noch 7 statt 23 manuelle Aktivitäten,
- bewegen nur noch einmal statt 13-mal Papier,
- haben nur noch 3 statt 5 beteiligte Funktionen, und
- Ihre internen Durchlaufzeiten schrumpfen von bisher 14 Tagen auf gerade mal 2 Tage.

„Das Direct Purchasing ist die interessanteste Methode, um Einsparungen zu erzielen und die Effizienz des Einkaufs drastisch zu erhöhen.“

Der Einkäufer heute ist kein unternehmensinterner Dienstleister mehr. Er muss moderne Medien beherrschen und Fremdsprachen. Er sollte in neuen Beziehungsmustern denken und handeln. Er muss teamfähig sein, kreativ, flexibel und ein Organisationstalent. Er braucht Markt- und Branchenkenntnisse und Lieferantenkontakte. Und kommunikative Fähigkeiten braucht er zusätzlich. Animieren Sie ihn, alles an Begabung aus sich herauszuholen, unterstützen Sie ihn und sorgen Sie dafür, dass er sich ständig weiterbildet. Denken Sie daran: Der Einkäufer reduziert Ihre Kosten, managt die externe Beschaffung und sichert damit die Versorgung Ihres Unternehmens. Er ist wichtig, deshalb legt er sein Hauptaugenmerk auch auf die relevanten A- und B-Teile.

Auf direktem Wege

C-Teile nötigen dem hochqualifizierten Internet-Einkäufer nur noch ein müdes Lächeln ab. Dafür ist er nicht mehr zuständig. Und wie kommen Sie künftig an Textmarker, Druckerpapier, Fachzeitschriften, Klopapier und Meister Propper? "Direct Purchasing" heisst das Zauberwort und es bedeutet, dass der Bedarfsträger direkt via Internet beim Lieferanten ordert. Einkauf und Lieferant haben vorher allerdings einen Rahmenvertrag geschlossen und sich über Preise und Artikel für den elektronischen Katalog geeinigt. Wer profitiert davon? Erstens der Einkauf, weil er endlich die Hände frei hat für wirklich wichtige Aufgaben. Und zweitens die Bedarfsträger, weil sie mit einem Klick schnell und unbürokratisch das bekommen, was sie dringend brauchen. Ausserdem freuen sie sich, dass sie auch mal in eigener Verantwortung etwas bestellen dürfen. Ist das nicht riskant? Vorsichtshalber können Sie das Direct Purchasing personalisieren. Dann kann z. B. das Sekretariat auch wirklich nur Büromaterial beschaffen und keine Kleinwerkzeuge. Und Sie machen ein Einkaufscontrolling - damit schliessen Sie aus, dass jemand auf Ihre Kosten eine Palette Tintentod für die Klassenkameraden seiner Kinder bestellt.

Vernetzt und verkettet

Was passiert, wenn ein Unterlieferant ausfällt? Es gibt Beispiele dafür, dass Unternehmen in der Folge eine Umsatzeinbusse von 40 Millionen DM pro Tag einstecken müssen. Das ist die schlechte Nachricht. Die gute ist: Es gibt auch hier eine Lösung, nämlich Supply-Chain-Management (SCM). Vorausgesetzt, diese Lieferkette ist gut organisiert. Dann erhalten Sie in Echtzeit alle Informationen, die Sie benötigen, um die Leistung sicherzustellen. Ohne Internet und E-Commerce sind Sie dabei aber aufgeschmissen. Wie wollen

Sie die Kommunikation und Kooperation zwischen den an der Lieferkette beteiligten Unternehmen gestalten? Die sitzen ja nicht direkt um die Ecke. Setzen Sie Business-Konzepte und Web-Technologien ein!

PostPaid, PrePaid oder Cash?

Ob Sie nun traditionell einkaufen oder E-Procurement betreiben: zahlen müssen Sie allemal. Je schneller die elektronischen Märkte wachsen, umso lauter wird der Ruf nach einer adäquaten elektronischen Zahlungsmethode. Die Hauptforderung: Sie muss sicher sein in Bezug auf Datenbestände, Transaktionsdaten, Zahlungseinzug und Übertragungsweg. Möglichkeiten für kriminelle Handlungen gibt es immer, egal für welches Zahlungssystem Sie sich entscheiden. Ob Geldkarte, SET-System, eCash, Mondex-System, Millicent oder Cybercash: Trojanische Pferde lauern überall. Es kann aber auch sein, dass Sie einen gefälschten Hundertmarkschein in der Tasche tragen.

Wer sich in Gefahr begibt ...

Sie müssen nicht gleich drin umkommen, aber zumindest wird es ungemütlich. Wie steht es mit vertraulichen Informationen im Internet? Ganz besonders im Rechnungs- und Personalwesen und im Einkauf dürfen sie nur einem berechtigten Personenkreis zur Verfügung stehen. Kennen Sie die Bedrohungen? Sie gehen von Mitarbeitern aus, von Hackern, von technischen Ausfällen. Und wenn Ihr Unternehmen abbrennt, ist auch Ihre Informationstechnologie dahin. Der wachsende Internet-Einsatz ist eine latente Gefahr, denn eine Bedrohung braucht heute nur noch Sekunden, um weltweit alles lahm zu legen. Schaffen Sie Sicherheit. "TIGER-Teams" legen Angriffspunkte offen und Assessment-Tools decken betriebliche Schwachstellen auf. Wie sieht Ihr Sicherungskonzept aus? Elf technische und organisatorische Massnahmen sollten Sie berücksichtigen, damit Sie ruhig schlafen können:

1. Internet-Firewall-System, um externe Zugänge zu steuern.
2. Virenschutz-Software, wobei laufend Updates installiert werden müssen.
3. Nutzer-Identifikation mit immer wieder geänderten Passwörtern.
4. Zugriffskontrolle, damit nicht jeder Anwender alle Daten erhält.
5. Verschlüsselung beim Austausch von Informationen.
6. Risikoanalysen mit einem Analyseprogramm.
7. Netzwerkkontrolle und Alarmmeldungen auswerten.
8. Zertifizierung externer Partner.
9. Physischer Schutz durch Schlösser, Brandschutz etc.
10. Sicherheitskonzept in Form von Richtlinien und Vorschriften.
11. Schulung und Belehrungen für alle Mitarbeiter.

„Die Nutzung des Internet im Einkauf führt über eine Betrachtung der Beschaffungspotenziale.“

Und wenn Sie diese internen Regelungen getroffen haben, dann müssen Sie sich noch um die globalen Regelungen kümmern, denn auch das Internet ist kein rechtsfreier Raum, unsere aktuellen Rechtsvorschriften gelten auch hier. Was ist, wenn Sie den Button "Bestellung" anklicken? Dann ist das ebenso verbindlich, wie wenn Sie eine E-Mail mit einer Bestellung absenden. Ein Vertrag wird aber erst daraus, wenn der Handel die Bestellung bestätigt. Manipulation ist möglich. Geht es um wichtige Geschäfte, sollten Sie den Vertragsabschluss ganz einfach nach altbewährter, herkömmlicher Methode bestätigen. Manchmal ist eben das Alte doch das Bessere.

Über den Autor

Carl Hans Block ist technischer Betriebswirt, Organisator und Fachjournalist (DFJV). Sein Schreibtisch steht im Leistungcenter Technik der EADS Deutschland GmbH, dem ehemaligen DaimlerChrysler Aerospace. Block ist dort verantwortlich für die Informationsverarbeitung.
