

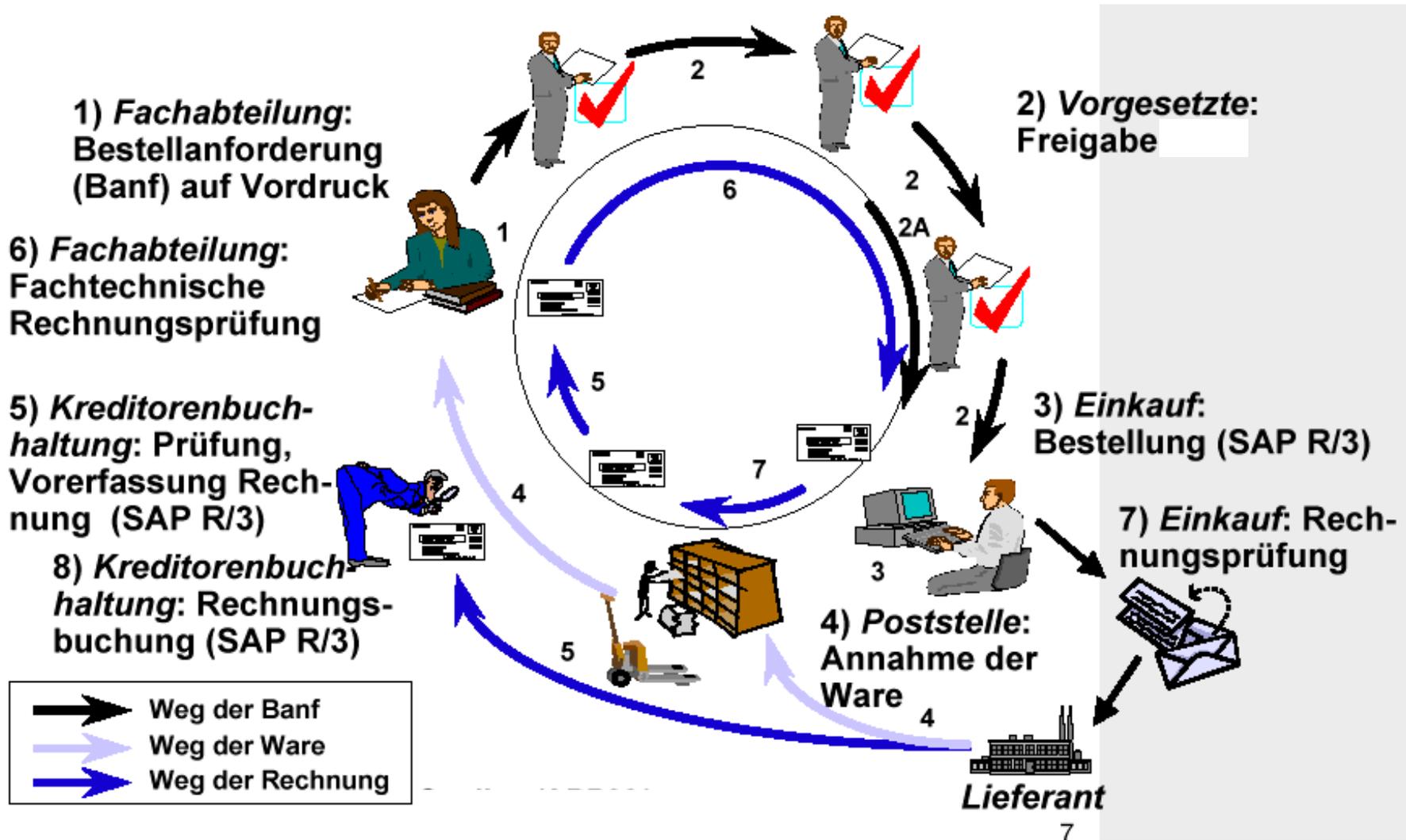
e-Procurement

Sammelbegriff für elektronisch
unterstützte Beschaffung durch den
Einsatz internetbasierter Technologien

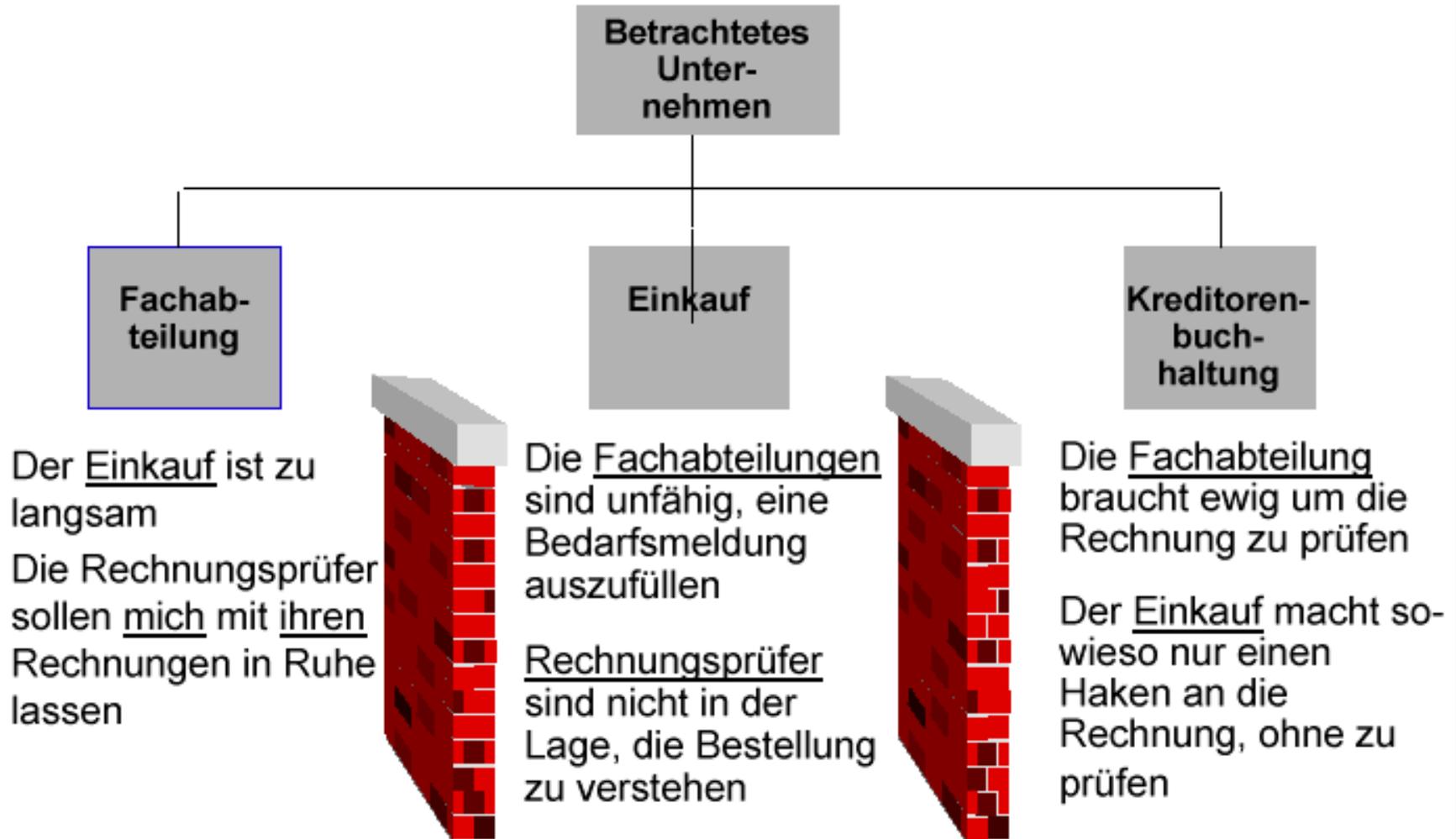
Neue Potentiale

- Weltweite Markt- und Preistransparenz
- Beschleunigung der Beschaffungsprozesse
- Verringerung der Prozesskosten
 - durch offenen Preisvergleich
 - durch bessere Transparenz über die interne Bedarfsstruktur
- Optimierung der Supply-Chain
- Verbesserung der Kostenstruktur im Einkauf

Suboptimale Beschaffung

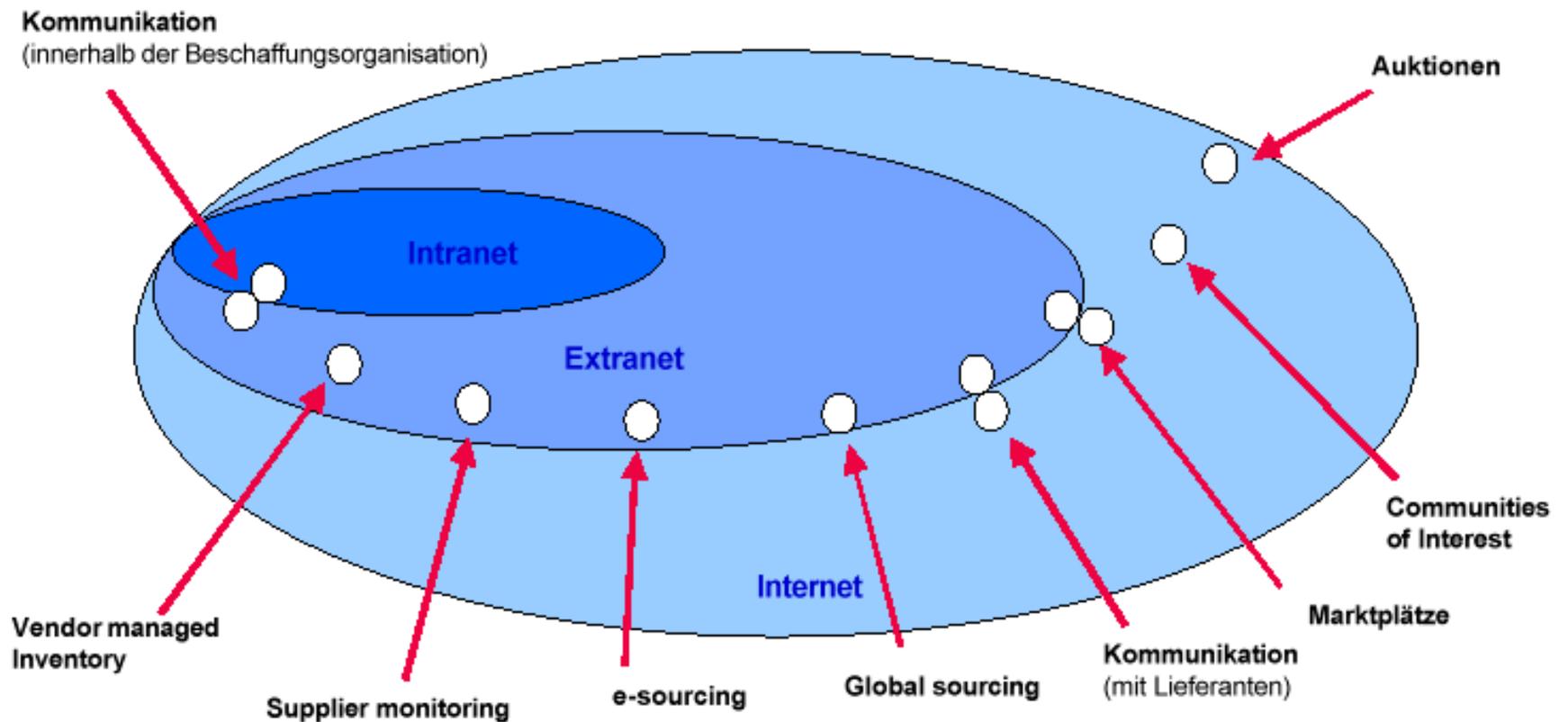


Die Einstellung der Mitarbeiter



Kostensenkungspotentiale

- > Produktionsunternehmen geben durchschnittlichen 50% ihres Umsatzerlöses für Material aus
- > 20-30% Logistikkosten (großer Teil Beschaffungslogistik)



eProcurement bedeutet eine tiefgreifende Restrukturierung der Beschaffungsprozesse.

Anwendungsüberblick eProcurement

- Kommunikation per eMail (schnell, günstig)
- allgemeine Informationsbeschaffung (Markt- und Preissituation, Devisenkurse etc.)
- weltweite Produkt- und Lieferantensuche
- eigene Einkaufs-HP (anbieten und/oder ausschreiben)
- Einkaufsintranet, z.B. für Büromaterial (digitale Kataloge oder Multilieferantenkataloge)

Anwendungsüberblick eProcurement

- Einkaufsextranet: geschützter Datenaustausch mit Lieferanten, Auftragsbestätigungen, Materialbedarfsplanungsdaten, die möglichst direkt in den jeweiligen Systemen der Anbieter/Lieferanten weiterverarbeitet werden können („Web-EDI“)
- Elektronische Marktplätze
- vollwertige eProcurement-Lösungen (volle Integration ins eigene System)
- Auktionen, Ausschreibungsplattformen

EDI - Electronic Data Interchange

- Alle Ansätze für den automatischen Austausch von Geschäftsdaten zwischen Wirtschaftseinheiten
- Austausch strukturierter Dokumente, die maschinen lesbar sind und keine erneute Dateneingabe erfordern
- Datenaustausch unabhängig von eingesetzter Hard- und Software

EDI - Electronic Data Interchange

Punkt-zu-Punkt oder Direct EDI

direkte Verbindung zwischen zwei Rechnern
Software zur Umsetzung der EDI-
Nachrichten muss in beide Systeme
integriert werden

Indirekter Datenaustausch VAN

VAN (Value Added Network)

Anbieter stellt Leitungsnetz und Dienste bereit

Übertragung der Daten über das Internet (Web-EDI)

Nutzer muss sich um Vertraulichkeit, Authentifizierung
kümmern, erfolgt meist über Eingabe in Browser

Elektronische Marktplätze sind virtuelle Orte im Internet, auf denen Angebote und Nachfrager mehrerer Parteien zusammen kommen. Mindestens eine der Einkaufsphasen Anbahnung, Vereinbarung und Durchführung werden unterstützt.

Horizontale Marktplätze

branchenübergreifendes Sortiment

Vertikale Marktplätze

branchenspezifische Angebote

Grundtypen digitaler Marktplätze

Art der eingekauften Güter

		Verbrauchsgüter	Produktionsgüter
		Art des Einkaufs	Marktplätze für Verbrauchsgüter
Einkauf Bei Partnern			
	Spontaneinkauf nach Bedarf	Marktplätze für homogene Verbrauchsgüter (Börsen)	Marktplätze für homogene Produktionsgüter (Börsen)

Grundtypen digitaler Marktplätze

Marktplätze für Ersatz- und Betriebsgüter

oft Einkaufspartnerschaften

Ziel der Steigerung der Effizienz beim Einkauf

Marktplatz für Bedarfsgüter

vorwiegend homogene Güter

hohe Preissensivität

Vorteil: flexible Versorgung bei schwankender Nachfrage

Grundtypen digitaler Marktplätze

Marktplätze für homogene Produktionsmittel

Handelsplattformen, wo schwankende Nachfragen und Angebote zusammengebracht werden

Käufer und Verkäufer kennen sich idR nicht
Vorteil: keine Suche nach Geschäftspartnern,
keine Preisverhandlungen

Marktplätze für spezialisierte Produktionsgüter:

Teilnehmer kennen sich weitgehend
Vorteil: Reduktion von Transaktionskosten

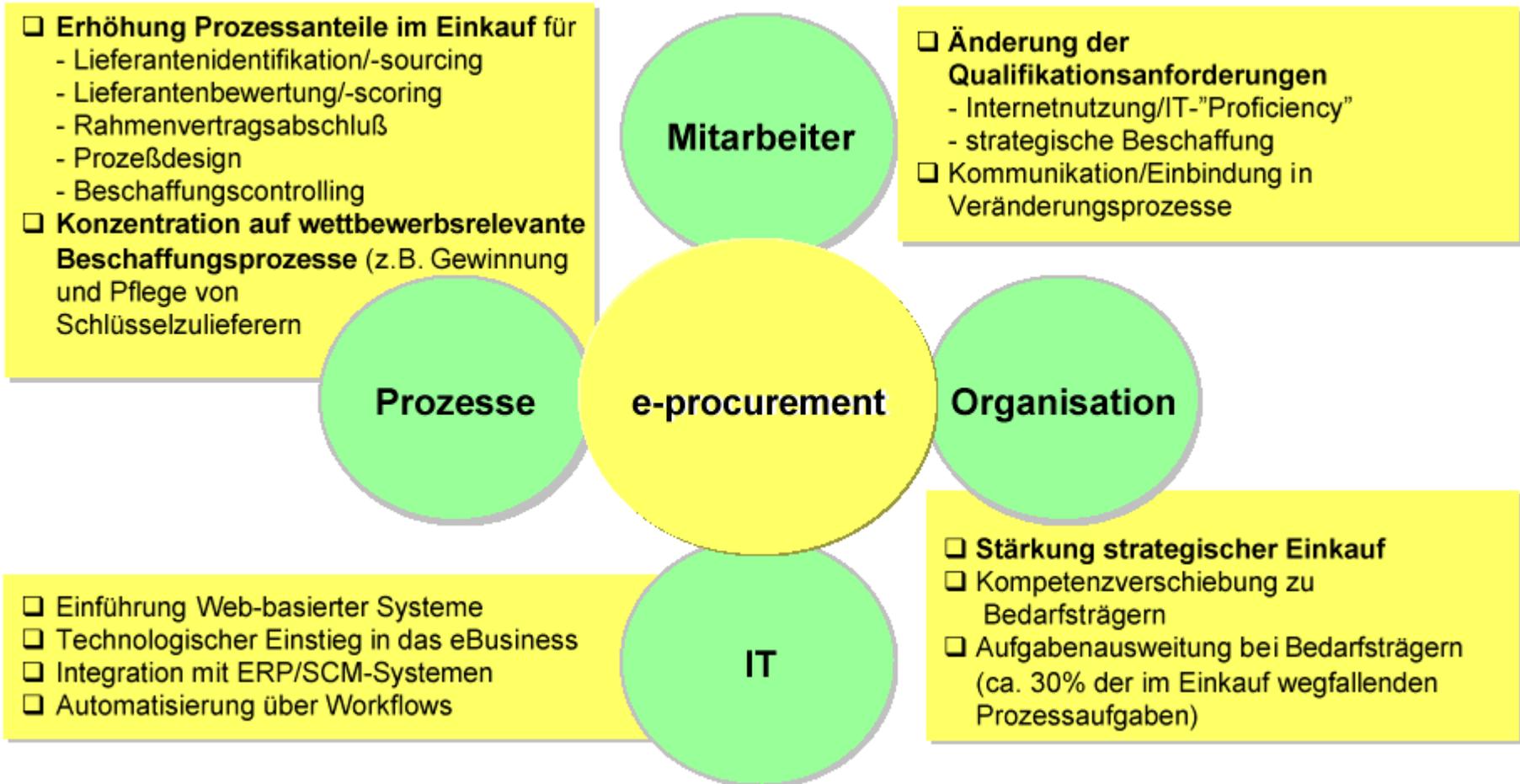
Funktionen		Anspruchsgruppen	
• Ausschreibungen		• B-to-B	
• Pool Buying		• C-to-C	
• Auktionen		• B-to-C	
• Reverse Auktionen		Tools	
• Beschaffung über Produktkataloge		• Ohne	
• Informationsversorgung		• Für Einkauf	
		• Für Verkauf	
Zugang		Betreiber	
• Offen		• Anbieter	
• Geschlossen		• Nachfrager	
Ausrichtung		• Neutral	
• Vertikal			
• Horizontal			

Funktionen		Anspruchsgruppen	
• Ausschreibungen	X	• B-to-B	X
• Pool Buying		• C-to-C	
• Auktionen		• B-to-C	
• Reverse Auktionen		Tools	
		• Ohne	
• Verkaufsinserate	X	• Für Einkauf	X
• Informationsversorgung		• Für Verkauf	X
Zugang		Betreiber	
• Offen		• Anbieter	
• Geschlossen	X	• Nachfrager	
Ausrichtung		• Neutral	X
• Vertikal			
• Horizontal	X		

Funktionen		Anspruchsgruppen	X
• Ausschreibungen		• B-to-B (überwiegend)	
• Pool Buying		• C-to-C	
• Auktionen		• B-to-C	X
• Reverse Auktionen		Tools	
		• Ohne	
• Verkaufsinserte • Produktkataloge	X	• Für Einkauf	X
• Informationsversorgung	X	• Für Verkauf	X
Zugang		Betreiber	
• Offen		• Anbieter	
• Geschlossen	X	• Nachfrager	
Ausrichtung		• Neutral	X
• Vertikal	X		
• Horizontal			

Funktionen		Anspruchsgruppen	
• Ausschreibungen		• B-to-B	
• Pool Buying		• C-to-C	
• Auktionen		• B-to-C	
• Reverse Auktionen		Tools	
• Beschaffung über Produktkataloge		• Ohne	
• Informationsversorgung		• Für Einkauf	
		• Für Verkauf	
Zugang		Betreiber	
• Offen		• Anbieter	
• Geschlossen		• Nachfrager	
Ausrichtung		• Neutral	
• Vertikal			
• Horizontal			

Auswirkungen von eProcurement



Quelle: Diebold, eProcurement – Worum geht es?

- Ausschöpfen Rahmenverträge
- Ausweiten von Rahmenverträgen
- Internet-Marktformen (z.B. Auktionen)
- 5%-20% Einstandskostenersparnis
- 20% - 80% Prozesskostensenkung

Kosten/Savings



**e-procurement
Beschaffungs-
vorteile**



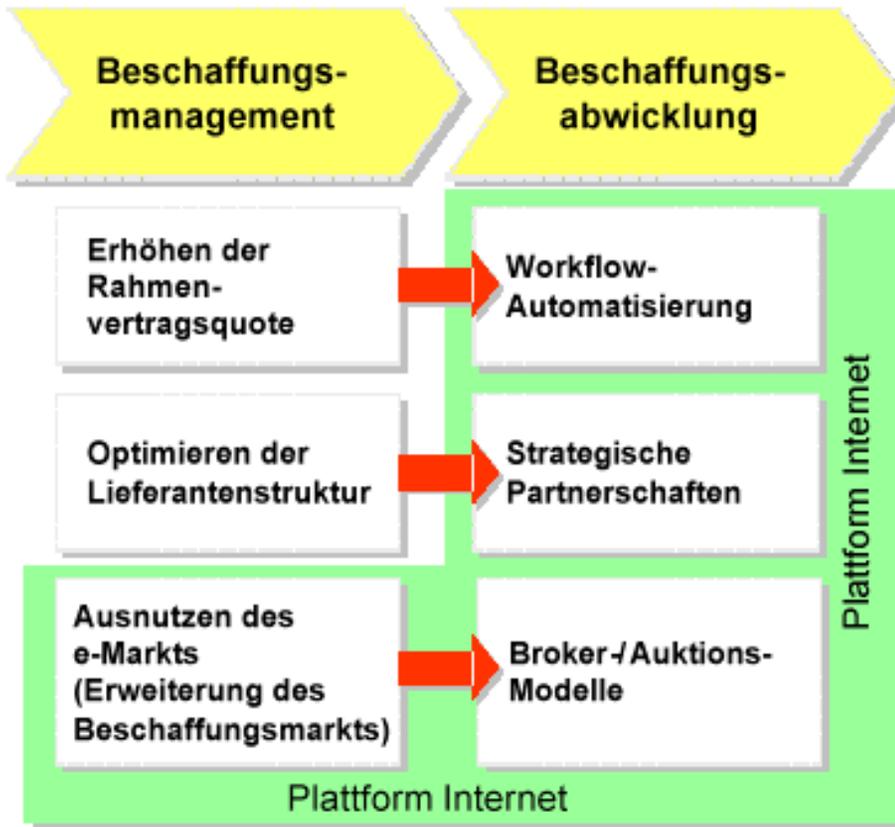
Qualität

- Entscheidungsunterstützung
- Auswahl best-performance supplier
- Global Sourcing
- Markttransparenz
- Reduzierung Lieferantenzahl
- Strategischer Einkauf

Zeit



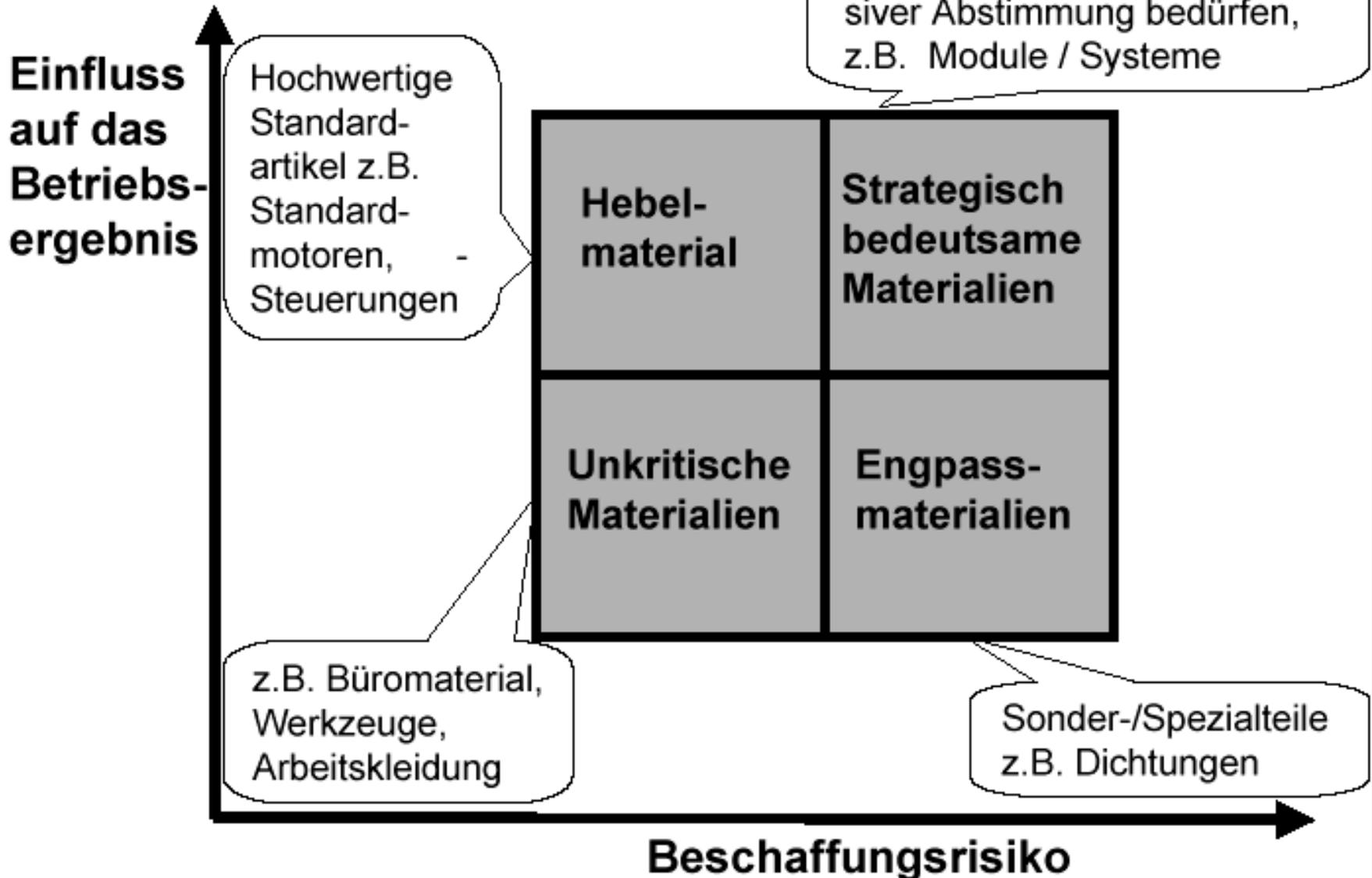
- Prozessverkürzung
- Weniger Ausnahmen
- Weniger Fehler
- Geringere time-to-market



Potenziale	
Prozesskostenseite	Beschaffungskosten-seite *
10 %	0 - 5 %
53 %	10-15 %
5 %	15-20 %

Quelle: Diebold, eProcurement – Worum geht es?

Klassifizierung von Materialien



	Lieferanten- auswahl/ -bewertung	Op. Bestellung/ Abwicklung	Monitoring/ Entwicklung
Prozess- kosten	↓	↓	↓
Qualität	↑		↑
Beschaf- fungskosten	↓	↓	
Zeit	↓	↓	↓

Heute

Zukunft

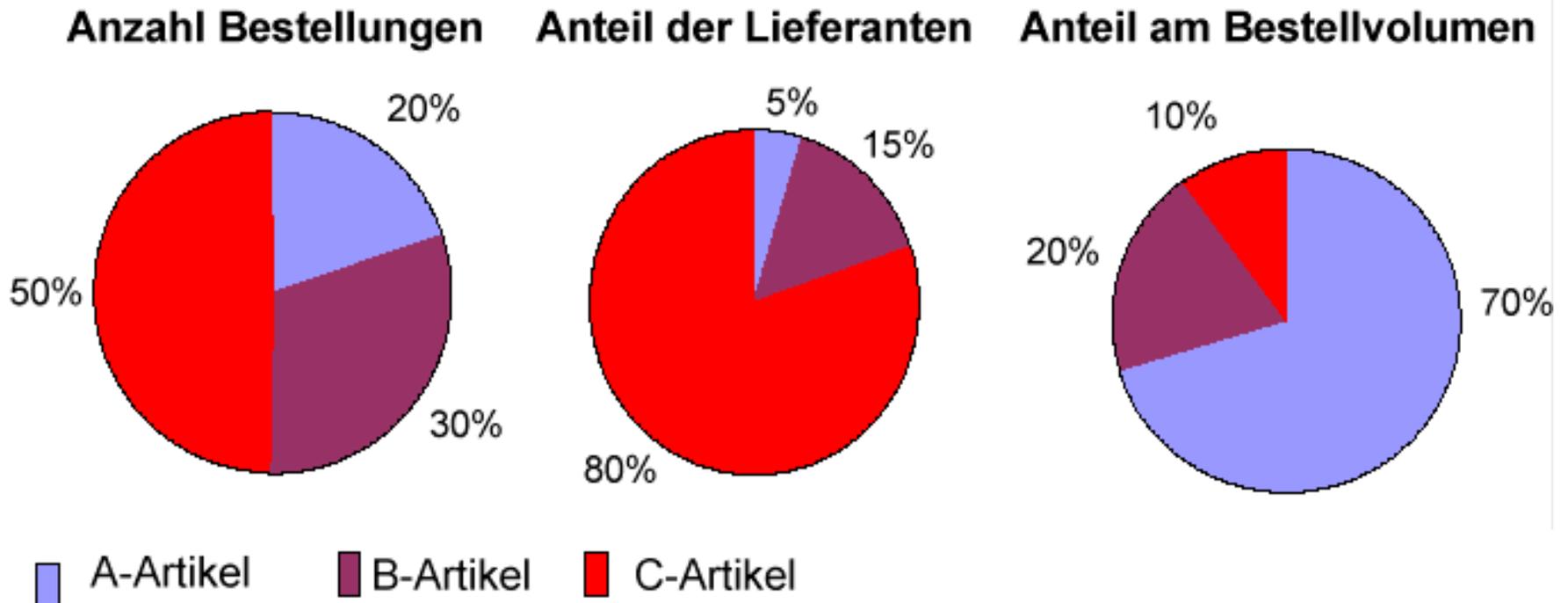
Rationalisierung des Beschaffungsprozesses C-Artikel

Durchgängige Unterstützung sämtlicher Beschaffungsprozesse

alle Materialgruppen (direkt+indirekt)

 = heutige e-procurement Systeme / C-Artikel Fokus

Sortierung der Materialien



Quelle: Detlef Möhrstädt, Electronic Procurement, Stuttgart, 2001

Besonderheiten der C-Materialien

- viele Materialien
 - mit niedrigem Wert
 - häufige Bestellungen
 - bei einer Vielzahl von Lieferanten
- > sehr hohe Prozesskosten (276 DM/Bestellung)

Optimierungsstrategie für C-Materialien

- Anzahl der Lieferanten wird reduziert
- Freigabeschritte werden eliminiert
- Rechnungsprüfung (z.B. unterhalb einer Wertgrenze nur stichprobenartig prüfen)
- Prozessablauf auch für Materialien ändern, die nicht über e-Kataloge beschafft werden können
- einheitliches Tool für Bedarfsträger

Optimierungsstrategie für C-Materialien in kleineren Unternehmen

- Geschäftsprozessoptimierung oft nur begrenzt notwendig, da Ablauf weniger komplex
- Reduzierung der Anzahl C-Lieferanten
- Erhöhung der Rahmenverträge
- ggf. Zugriff auf elektronische Marktplätze

Ausschreibungen im Internet

(A- und B-Materialien)

Internet als Plattform für Bedarfspublikation:

Nicht Einkäufer sondern Zulieferer nehmen den ersten Schritt der direkten Kontaktaufnahme vor.

- passive Form der Lieferantenrecherche
- statt aktiv Lieferanten zu suchen, werden sie aufgefordert, sich beim potentiellen Kunden zu melden
- Umdrehen der Beschaffungsmarktforschung

Formen der Ausschreibungen im Internet

- Purchasing HP
- Elektronische Marktplätze

Vorteile

- Zeitersparnis
- Senkung der Prozesskosten
- ohne eigene Recherche neue Lieferanten finden
- bessere Beurteilungsmöglichkeiten der eigenen Einkaufspreise

Ausschreibungen auf elektronischen Marktplätzen

- Bündelung der Ausschreibungen von verschiedenen Organisationen
- Sortierung nach Kategorien, Such- und Recherchemöglichkeit
- Begleitende Services wie Newsdienste, Hintergrundberichte
- Kostenersparnis: kein eigener Auftritt (Marketing, Technik) notwendig

Auktionsformen im Internet

„englisch“

Gebote werden angezeigt, potentielle Käufer „überbieten“ sich, bis nur noch einer übrig bleibt (lieferantenseitige Auktion)

„holländisch“

Höchstpreis wird festgesetzt, bis ein Bieter den gerade angezeigten Preis akzeptiert (lieferantenseitige Auktion)

„Reverse“

Einkäufer gibt Höchstpreis an, zu dem er kaufen möchte, Lieferanten unterbieten diesen Preis (kundenseitige Auktion)

eProcurement-Strategie in Bezug auf verschiedene Materialien

