

AUTOMATISCH BESSER?!

WIE SIE MIT E-PROCUREMENT

IHREN EINKAUF FIT FÜR DIE

ZUKUNFT MACHEN.





Erst **21 %** nutzen das Potenzial der Digitalisierung bei ihrer Beschaffung voll aus.

Gehören Sie dazu?

1 = kaum
digitalisiert

5 = voll & ganz
digitalisiert

26 %

15 %

20 %

18 %

21 %

Abb. 1¹

¹ Online-Befragung unter 517 Conrad Firmenkund*innen (2021)



IM EINKAUF LIEGT DER GEWINN

Eine alte Kaufmannsregel, die jedoch nichts an ihrer Gültigkeit eingebüßt hat. Im Gegenteil. Durch Marktveränderungen und einem damit einhergehenden verschärften Kostendruck wird Effizienz im Einkauf immer entscheidender.

Für Unternehmen heißt das: Wer seinen Einkauf fit für die Zukunft machen will, kommt langfristig an digitalen Tools nicht vorbei. Welche Vorteile E-Procurement bringt und welche Lösung für Ihr Unternehmen die richtige ist, erfahren Sie auf den nächsten acht Seiten.

HIER DRÜCKT DER SCHUH – ERFAHRUNG AUS DER PRAXIS

4

ZURÜCKHALTUNG BEI DER NUTZUNG VON E-PROCUREMENT – WORAN LIEGT'S?

6

WAS IST DIE PASSENDE E-PROCUREMENT-LÖSUNG FÜR MEIN UNTERNEHMEN?

7

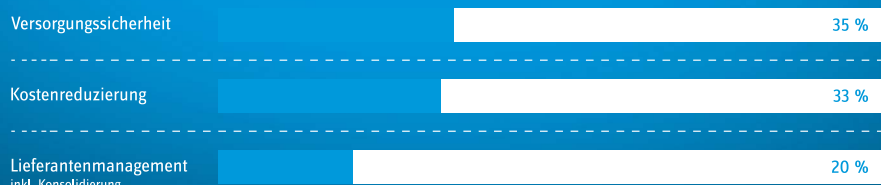
SO GELINGT DIE ERFOLGREICHE IMPLEMENTIERUNG!

10

/// HIER DRÜCKT DER SCHUH – ERFAHRUNG AUS DER PRAXIS

Die Digitalisierung von betrieblichen Abläufen ist und bleibt eines der drängendsten

Themen unserer Zeit. Gerade wenn es um reibungslose Beschaffung geht. Befragt man Einkaufsverantwortliche nach ihren dringlichsten To-dos nehmen Versorgungssicherheit, Kostenreduzierung und Lieferantenmanagement eine Spitzenstellung ein (Abb. 1²).

Abb. 1²

Insbesondere eingeschränkte Mitarbeiterbefugnisse bringen eine hohe Arbeitsbelastung mit sich: Drei oder mehr tägliche Bestellanfragen sind bei Einkaufsverantwortlichen die Regel. Und selbst bei kleinen Firmen erhalten ein Drittel der Einkäufer*innen sogar fünf oder mehr Anfragen pro Tag, die nur mit ihrer Unterstützung initiiert und abgewickelt werden können.

Die aktuelle Umfrage³ zeigt: **55 %** der 103 befragten Unternehmen bestellen ihre C-Teile für die Deckung des technischen Betriebsbedarfs bei mehr als vier Lieferanten – selbst dann, wenn es sich um kleine Betriebe mit überschaubarem Bedarf handelt. Dementsprechend brennt dem Einkauf und der Buchhaltung das Thema Lieferantenkonsolidierung unter den Nägeln: Bei einem Drittel der Firmen beläuft sich allein der Aufwand für das Anlegen neuer Lieferanten auf mehrere Stunden pro Woche.

Abb. 1³

UNGENUTZTE POTENZIALE – VOR ALLEM IM C-TEILE-BEREICH!

Kennen Sie das aus Ihrem Unternehmen? Gerade bei der Beschaffung von C-Teilen übersteigen die Kosten, die für die Prozessabwicklung anfallen, oftmals den Einkaufswert. Der größere Hebel liegt folglich nicht im Einkaufspreis, sondern in der Reduktion des manuellen Aufwands und der Verschlinkung des Einkaufsprozesses.

Bei der Beschaffung mithilfe eines **E-Procurement-Systems** ermöglichen definierte digitale Freigabeprozesse die direkte Produktbestellung aus verschiedenen Abteilungen heraus. Dem Einkauf bleibt somit **mehr Zeit**, um sich auf strategisch wichtige Aufgaben wie Vertragsverhandlungen, Lieferantenmanagement und die Beschaffung von A- und B-Teilen zu konzentrieren.

² Online-Befragung unter 60 Conrad Firmenkunden (2021)

³ Online-Befragung unter 103 Conrad Firmenkunden (2021)

AUF EINEM BLICK: DIE VORTEILE VON E-PROCUREMENT

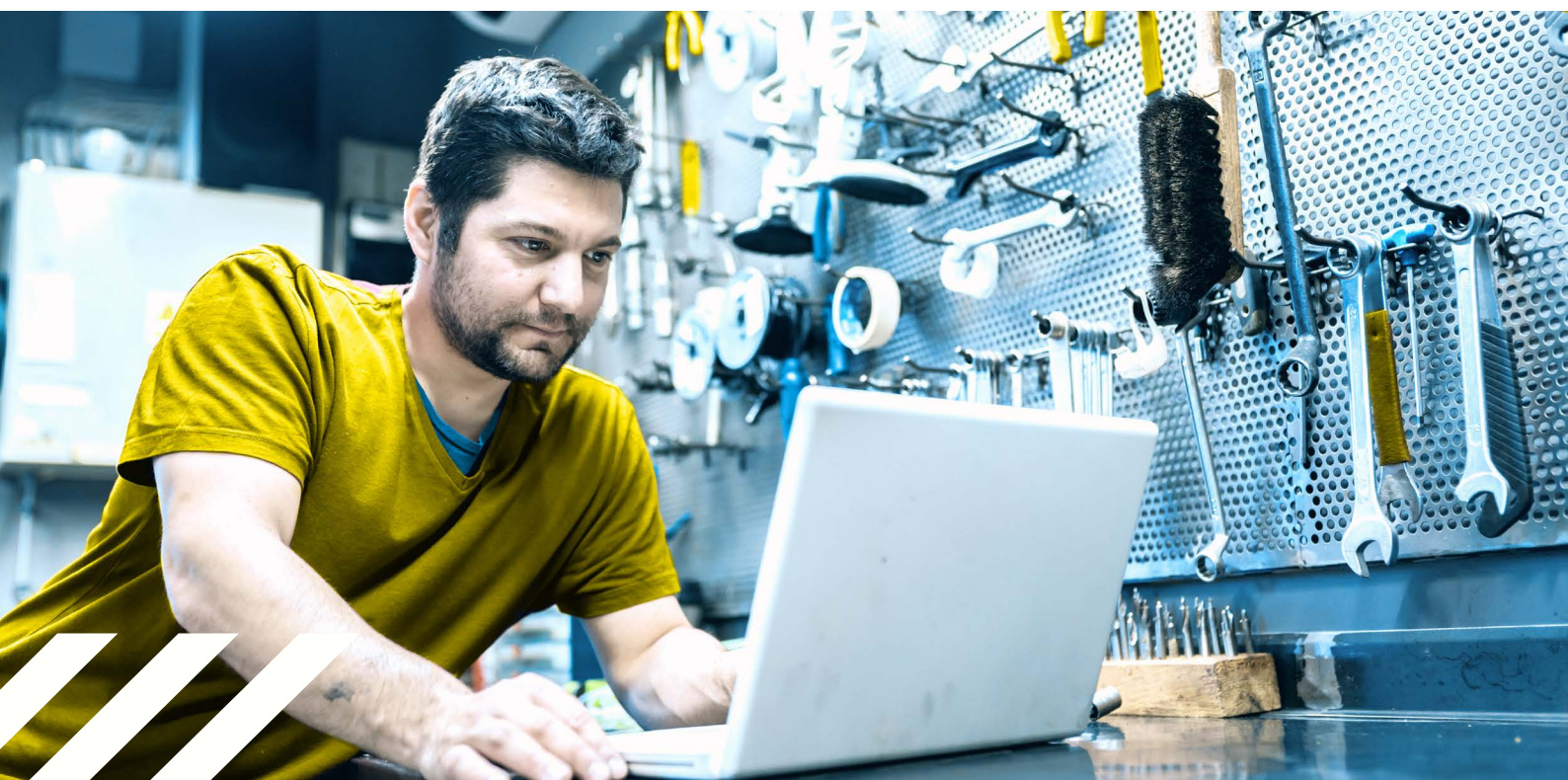
Eine aktuelle Umfrage⁴ unter Firmenkunden hat ergeben, dass knapp die Hälfte der befragten Unternehmen durch den Einsatz von E-Procurement mehr als 15 Minuten pro Tag sparen. Bei rund 15% beläuft sich die Reduktion des Zeitaufwands sogar auf **über 1 Stunde**.

Eine Studie des BME⁵ (Bundesverband für Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik) untermauert das Argument der Kostenersparnis: Dank E-Procurement mit Katalogsystem lassen sich demnach die **Prozesskosten** im Einkauf um durchschnittlich **30%** senken.

- Weniger Zeitaufwand: E-Procurement-Systeme automatisieren und beschleunigen Routineaufgaben und Workflows.
- Mehr Transparenz: Der komplette Bestellprozess ist übersichtlich in einem System einsehbar, was u.a. Eingabe- und Übertragungsfehler minimiert und direkte Preisvergleiche ermöglicht.
- Weniger Maverick Buying: Ein fest definierter Lieferantenpool verhindert unautorisierte Bestellungen am Einkauf vorbei.
- Besseres Lieferantenmanagement: Interaktive Dashboards bieten einen Überblick über alle Lieferantenaktivitäten und das Bestellverhalten der Mitarbeitenden.
- Direkte Leistungsbewertung: Manche Systeme bieten die Möglichkeit, Lieferanten zu bewerten und direkt Feedback zu geben.

⁴ Online-Befragung unter 178 Conrad Firmenkunden (2021)

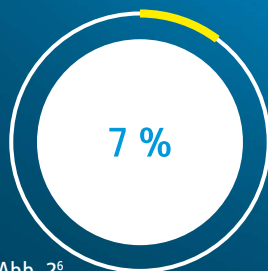
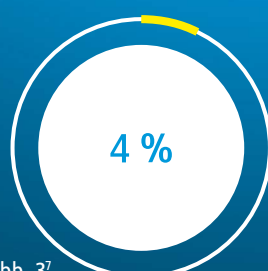
⁵ BME & OpusCapita Software AG (13.10.2016), <https://www.bme.de/sechs-gute-gruende-jetzt-in-e-procurement-zu-investieren-1828/>



ZURÜCKHALTUNG BEI DER NUTZUNG VON E-PROCUREMENT – WORAN LIEGT'S?

Obwohl Einkaufsverantwortliche Kostenreduktion und Lieferantenmanagement als zwei ihrer wichtigsten Aufgaben ansehen, bewegt sich die tatsächliche Nutzung von E-Procurement-Lösungen auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Unter Geschäftskunden, die bislang keine elektronische Einkaufsanbindung nutzen, verteilen sich die Zahlen wie folgt:

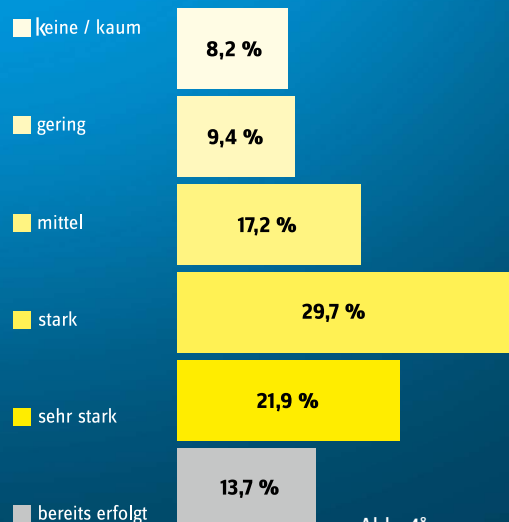
Nur **7%** haben sich bisher mit dem Thema E-Procurement beschäftigt (Abb. 2) und gerade mal **4%** nutzen digitale Beschaffungssysteme (Abb. 3).

Abb. 2⁶Abb. 3⁷

Das Barometer „Elektronische Beschaffung“ des BME⁸ bestätigt die Ergebnisse

(Abb.4): Dort geben gerade mal **13,7%**

der befragten Unternehmen an, ihren operativen Einkaufsprozess vollständig mit Rechnungsprüfung und -buchung sowie Zahlungsprozess integriert und automatisiert zu haben. Mehr als die Hälfte sehen diese Entwicklung jedoch als erforderlich an und haben sie daher stark bzw. sehr stark als anstehende Maßnahme ins Auge gefasst.

Abb. 4⁸

WARUM NUTZEN FIRMEN BISLANG KEIN E-PROCUREMENT?

Auch zu dieser Frage wurde die Einschätzung von 53 Firmenkunden eingeholt⁹.

Das Ergebnis: Der häufigste Grund, weshalb im Unternehmen bislang noch kein E-Procurement eingeführt wurde, ist die **zu geringe Priorität** gegenüber dem Tagesgeschäft (38,7%). Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Argumente „**Zu wenig Informationen**“ (25,8%) und „**Keine Zeit für die Implementierung**“ (19,4%).

Auf den ersten Blick nachvollziehbare Gründe, die jedoch bei genauerer Beschäftigung mit der Materie ins Wanken geraten. Denn: Implementieren Sie E-Procurement in Ihrem Unternehmen, kostet dies zwar zunächst Zeit und je nach Lösung auch Geld. Das Tagesgeschäft wird dadurch aber elementar vereinfacht. Das wiederum **reduziert Kosten** und **steigert die Effizienz** erheblich und bringt somit eine schnelle Amortisation der Aufwände mit sich.

⁶ Online-Befragung unter 196 Conrad Firmenkunden (2021)

⁷ Online-Befragung unter 121 Conrad Firmenkunden (2021)

⁸ BME (2020) "Barometer Elektronische Beschaffung", bme.de/fileadmin/_horusdam/12016-BME-Barometer_2020_FINAL.pdf

WAS IST DIE PASSENDE E-PROCUREMENT-LÖSUNG FÜR MEIN UNTERNEHMEN?

Grundsätzlich lassen sich mit Blick auf die Nutzung von E-Procurement **zwei Systemansätze** unterscheiden: Es gibt browserbasierte Lösungen für Unternehmen, die über kein eigenes Beschaffungssystem verfügen, sowie dynamische bzw. statische Kataloglösungen für Unternehmen mit eigenem System.

BROWSERBASIERTE LÖSUNGEN:

Sie nutzen bislang kein eigenes Beschaffungssystem? Dann können Sie trotzdem die Vorteile elektronischer Beschaffung nutzen: Viele Lieferanten – also Händler, Distributoren oder Hersteller – bieten ihren Kund*innen ein browserbasiertes System an. Dieses Angebot erfolgt in der Regel im Rahmen einer kostenfrei nutzbaren Kooperation mit Software-Providern bzw. zu sehr niedrigen Gebühren.

Pro & Contra browserbasierte Lösungen:

- + Browserbasiert, d.h. kein eigenes Beschaffungssystem erforderlich
- + Individualisierung der Freigabeprozesse
- + Volle Kontrolle über Warengruppen und Produktkategorien
- + Keine zusätzliche IT-Investition erforderlich
- + Marktplatzlösungen der Lieferanten ermöglichen Integration von Drittanbietern
- Keine Einbindung der Beschaffungssysteme anderer Lieferanten

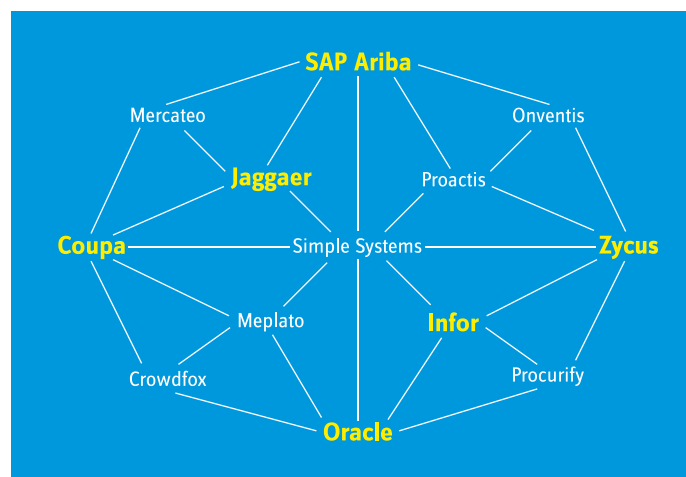
Bei einer solchen „**Smart Procure**“ Lösung sind Sie direkt in das interne Netz des Lieferanten eingebunden und können somit ihre Bestellungen über eine Standard-Browserschnittstelle direkt in Ihrem System tätigen.

Neben direkten Bestellvorgängen gibt es zudem die Möglichkeit, aktuelle Lagerbestände und den Status der Lieferung einzusehen. Und über eine zusätzlich gesicherte Schnittstelle kann in vielen Fällen auch eine Anbindung an Ihr Warenwirtschaftssystem erfolgen.

INTEGRATION IN BESTEHENDE BESCHAFFUNGSSYSTEME:

Unternehmen mit eigenem Beschaffungssystem arbeiten typischerweise mit Softwarelösungen wie SAP, Ariba, Coupa, Oracle oder Jaggaer. Damit können sie sich entweder über OCI/PunchOut an den Shop des Lieferanten anbinden oder eKataloge nutzen. Entscheidend ist hierbei, ob eine dynamische Lösung (OCI/Punchout) oder eine statische Lösung (eKatalog) bevorzugt wird.

BELIEBTE ANBIETER VON BESCHAFFUNGSSYSTEMEN:



a) STATISCHE LÖSUNG (eKATALOGE)

Der Einsatz von eKatalogen ist dann sinnvoll, wenn Ihr Unternehmen mit Blick aufs Einkaufsverhalten wenig dynamisch agieren muss, sondern festgeschriebene Preislisten bevorzugt, die nur wenige Male im Jahr aktualisiert werden. Bestellprozesse laufen hier über eine gemeinsame Plattform aller Beteiligten ab.

Und so funktioniert's:

Das einkaufende Unternehmen wählt seine gewünschten Sortimente und Marken. Daraufhin stellt der Lieferant die entsprechenden Produktdaten in Form eines statischen eKatalogs zur Verfügung, das diesen dann in sein bestehendes Beschaffungssystem integriert (übliche Dateiformate sind BMEcat, CSV, XLS). Alle Informationen zu den einzelnen Produkten sind daraufhin dort von den Mitarbeitenden direkt einzusehen. Und sie bleiben – bis zum nächsten Katalog-Update – unverändert.

Pro & Contra eKataloge:

- + 100%-ige Integration ins eigene Beschaffungssystem
 - + Unterstützung aller führenden Beschaffungssysteme
 - + Identische eBusiness-Standards und Katalogaustauschformate vermeiden Medienbrüche innerhalb der Lieferkette
 - + Individuelle Angebote, Konditionen und Informationen für jede Kund*in
-
- Manueller Aufwand bei Kataloganbindung auf Seiten des Einkaufs z.B.: Aktualisierung der Katalogdaten
 - Katalog-Updates bei vielen Beschaffungssystem-Providern kostenpflichtig
 - Neu gelistete Artikel, Preissenkungen und Änderungen von Produktdetails erst beim nächsten Katalog-Update verfügbar
 - Keine Integration von Drittanbietern über das Marktplatz-System des Anbieters



b) DYNAMISCHE LÖSUNG (OCI/PUNCHOUT)

Beim Open Catalog Interface (OCI) handelt es sich um eine Standard-Schnittstelle, die den Austausch von Produktdaten zwischen dem Beschaffungssystem Ihres Unternehmens und der Online-Plattform des Lieferanten ermöglicht – und zwar in Form von digitalen PunchOut-Katalogen. Bei dieser Lösung greifen Sie als bestellendes Unternehmen also direkt auf eine individuelle E-Commerce-Website zu, die vom Lieferanten bereitgestellt wird. In vielen Fällen nimmt dieser eine kostenlose Einrichtung der Schnittstelle vor.

Anders als bei der gängigen Nutzung einer Shop-Seite sind auf dieser Website Sortimente, Merkmale und Konditionen individuell definierbar und lassen sich somit exakt auf die Anforderungen des jeweiligen Firmenkunden zuschneiden. Für Einkaufsverantwortliche heißt das: Sie bekommen in ihrem PunchOut-Katalog nur diejenigen Warengruppen und Produktfamilien angezeigt, die für ihr Unternehmen und dessen Betriebsablauf relevant sind.

Ein weiterer großer Vorteil:

PunchOut-Kataloge halten sich selbst aktuell, das heißt Änderungen oder Anpassungen bei der Produktpalette oder Preisen den werden ohne Zeitverzögerungen übernommen. Besonders praktisch ist das, wenn der Lieferant eine große Sortimentsbreite und -tiefe zur Auswahl stellt.

Pro & Contra OCI / PunchOut:

- + 100%-ige Integration ins eigene Beschaffungssystem
 - + Unterstützung alle führenden Beschaffungssysteme
 - + Volle Kontrolle über Warengruppen und Produktkategorien
 - + Dynamische Erweiterung der Sortimente
 - + Anzeige von Produktinformationen und Verfügbarkeiten in Echtzeit
 - + Aktuelle Preisanzeige inkl. bereits vereinbarter Nachlässe oder Rabatt-Staffeln
 - + Integration von Drittanbietern über Marktplatzsystem des Lieferanten möglich
 - + Kaum mehr manuelle Zwischenschritte nach erfolgreicher Implementierung
-
- Freigabe- und Analysemöglichkeiten abhängig vom Beschaffungssystem bzw. Provider
 - Anbindung von PunchOut-Katalogen kann je nach Provider kostenpflichtig sein



SO GELINGT DIE ERFOLGREICHE IMPLEMENTIERUNG!

Keine Frage, für eine erfolgreiche Implementierung ist es unabdingbar, auf die richtige technische Lösung zu setzen, die zu den Anforderungen Ihres Unternehmens passt. Darüber hinaus heißt es aber auch:

Raus aus der Komfortzone!

Denn genau darum geht es, wenn Unternehmen Change-Prozesse anstoßen und Mitarbeitende damit vor der Aufgabe stehen, neue Tools oder Systeme in ihren Arbeitsalltag zu integrieren. Denn Fakt ist: Sind die Mitarbeitenden nicht bereit, sich auf eine neue Lösung einzulassen, torpediert dies nicht nur deren Einführung, sondern auch die spätere Anwendung.

PRAXISTIPP NR. 1: RAHMENDE INTERNE KOMMUNIKATION

Auch wenn das neue Tool klare Vorteile mit sich bringt und z.B. Genehmigungsverfahren beim Beschaffungsprozess deutlich erleichtert, begegnen einige im Team der damit verbundenen Veränderung von Zuständigkeiten und Befugnissen eventuell mit Skepsis. Ganz abgesehen davon, dass der Einsatz neuer Technologien nicht immer und automatisch von allen Seiten befürwortet wird. Umso wichtiger ist es, im Rahmen einer klar umrissenen Kommunikationskampagne für Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu sorgen – inklusive begleitender Schulungen oder Coachings.

PRAXISTIPP NR. 2: DER MENSCH HINTER DEM SYSTEM

Das Akzeptieren von Neuerungen steht und fällt mit den Menschen, die dahinterstehen und für sie eintreten. Deshalb ist es unerlässlich, glaubwürdige Botschafter für die neue Sache zu etablieren. Ebenfalls empfehlenswert ist es, mehrere Mitarbeitende als stellvertretende Administratoren zu benennen und entsprechend zu schulen. So kann vermieden werden, dass diese Verantwortung auf nur einer Schulter ruht. Und der Prozess läuft reibungslos weiter, auch wenn der Hauptadministrator ausfällt.

PRAXISTIPP NR. 3: REFLEXION DER EIGENEN KULTUR

Wie gestaltet sich unsere interne Unternehmensstruktur: Agieren wir eher zentral oder dezentral? Haben sich bei uns steile oder flache Hierarchien etabliert? Die Beantwortung dieser Fragen ist wichtig, um Verantwortlichkeiten und Rechte bei der Nutzung des neuen E-Procurement-Tools an bestehenden Strukturen orientieren zu können. Die entscheidenden Fragen lauten: Wer darf was? Und entspricht das unserer gewachsenen Firmenkultur?

PRAXISTIPP NR. 4: BEDIENBARKEIT DES NEUEN SYSTEMS

Entscheidend für die Akzeptanz eines neuen Systems ist der niedrigschwellige Zugang. Anders gesagt: die Einfachheit seiner Bedienung. Das neue Tool muss deshalb effizient und von den Mitarbeitenden weitestgehend intuitiv zu bedienen sein – angefangen beim Schichtdienst bis hin zur Führungsriege. Ist dies nicht der Fall, geht der größte Vorteil eines elektronischen Beschaffungssystems – nämlich seine dezentrale Nutzung über alle Abteilungen hinweg – verloren.

PRAXISTIPP NR. 5: EINDEUTIGE SORTIMENTS-DEFINITION

Entscheidend für eine effiziente Nutzung der neuen E-Procurement-Lösung ist die Definition der Sortimente und Warengruppen gemäß der bestehenden Lieferanten-Struktur. Gibt es zum Beispiel einen speziellen Drucker-Lieferanten, weil dieser sich auch um die Wartung der Geräte kümmert, dann sollte die Warengruppe „Drucker“ in Katalogen anderer Lieferanten ausgeschlossen werden.

PRAXISTIPP NR. 6: BUCHHALTUNG INS BOOT HOLEN

Wer ein E-Procurement-Tool einführt, sollte Nägel mit Köpfen machen und parallel auch auf einen automatisierten Rechnungsaustausch umstellen. Infolgedessen werden nicht nur Produktinfos ins eigene System übermittelt, sondern auch die standardisierte Rechnungsstellung kann automatisch erfolgen.

PRAXISTIPP NR. 7: ERFOLGSERLEBNISSE GENERIEREN

Die Erfahrung bei Roll-outs zeigt, dass ein elektronisches Beschaffungssystem vor allem dann häufig und gerne frequentiert wird, wenn seine Nutzung mit Erfolgserlebnissen verbunden ist. Umgekehrt heißt das: Je breiter und tiefer das angebotene Sortiment ist, desto höher die Trefferquote bei der Suche nach einem Artikel. Und: Es empfiehlt sich von Anfang an, die Warengruppen und Sortimente an die Benutzergruppen anzupassen.



Bereit für ein Upgrade?

Unsere Expert*innen finden gemeinsam mit Ihnen die passende E-Procurement-Lösung, um bares Geld im Einkauf zu sparen.

conrad.at/eprocurement