

EINKAUF

E-Business

Mittelständler profitieren von E-Business-Kooperation

12.10.2007 | Autor: [Thomas Vogel](#)

Nicht nur für Großunternehmen sinnvoll: Zwölf mittelständische VW- und Audi-Autohäuser im Großraum Köln profitieren von der Kooperation des Systemhändlers Kayser und der Beschaffungsplattform Ca Direct.



Zwölf kooperierende Autohäuser bestellen zusammen alle technischen Artikel, Werkzeuge, Büromaterialien und IT-Verbrauchsgüter über eine zentrale Einkaufsplattform.

alle technischen Artikel, Werkzeuge, Büromaterialien und IT-Verbrauchsgüter. Bereitgestellt wird die einfach zu bedienende Internet-Plattform von einer Kooperation des Plaidter Systemhändlers Kayser GmbH mit der Mainzer Ca Direct GmbH & Co. KG.

Die Vorstellung hatte für Mark Scherhag, Inhaber des gleichnamigen Autohauses in Koblenz, etwas Bestechendes: „Warum“, so fragte sich der Geschäftsmann, „schließen sich nicht auch mittelständische Autohändler aus Deutschland zu einer Einkaufsgemeinschaft zusammen und nutzen wie Großunternehmen die Vorteile des E-Procurement?“

Gemeinsame Bestellung von technischen Artikeln

Was vor wenigen Wochen noch eine Idee war, ist heute bereits Realität: Zwölf kooperierende Autohäuser der Arbeitsgemeinschaft Straße und Verkehr e.V. bestellen jetzt über eine zentrale Homepage

Bildergalerie zu diesem Beitrag



Klicken Sie auf ein Bild um die Fotogalerie zu starten. (2) Bilder.

Die Partner zur Online-Bestellung zu bewegen, war für den Autohändler nicht unbedingt schwer. Einerseits, weil die zwölf Audi-, Volkswagen-, Seat- und Skoda-Autohäuser ohnehin schon innerhalb der Gruppe kooperierten und sich regelmäßig in Fragen der Vermarktung und des Rechts austauschten, andererseits, weil die operativen Argumente für das E-Procurement überzeugten: So müssen benötigte Artikel nicht mehr umständlich in Papierkatalogen gesucht und dann die Bestellnummern auf ein Faxformular übertragen werden. Wenige Klicks auf der Online-Oberfläche reichen aus, und die Ware ist beim Lieferanten bestellt.

Vorteilhaft erscheint zudem die Nutzung der Budgetkontrolle und des Online-Überblicks über erfolgte Bestellungen und bezahlte Beträge pro Lieferant – besonders für die Geschäftsführung. Mark Scherhag: „Da wir sicher sind, dass durch das System die geplanten Ausgaben nicht überschritten werden, konnten wir auf die bisherigen internen Genehmigungen komplett verzichten.“

E-Business-Plattform beendet ungeplante Einkäufe

Weit mehr als die vereinfachten Bestellwege im Unternehmen

überzeugten jedoch die wirtschaftlichen Konsequenzen: Weil die Bestellung stringent auf die Internet-Plattform fokussierte, wird das so genannte „Maverick Buying“ unmöglich. Übersetzt heißt dieser Begriff: Keine ungeplanten Einkäufe „nebenher“ beim Händler um die Ecke.

Scherhag: „Aus der Fachliteratur zum Thema E-Procurement wussten wir, dass die in den Online-Katalogen angebotenen Produktmengen individuell auf die Bedürfnisse des Bestellers ausgerichtet werden konnten und sich so Produktvarianten reduzieren ließen.“ Die positive Folge: Die Fokussierung auf einen Bestellweg und die Reduzierung auf bestimmte Artikel erhöhen die Chance, Mengenrabatte und Volumenbündelungen maximal zu nutzen.

Niedrigere Vorräte durch E-Procurement

Und noch etwas zählte als Argument für die moderne Form der Beschaffung: Weil von den E-Procurement-Dienstleistern eine Belieferung innerhalb von 24 Stunden garantiert wird, ließ sich die Vorratshaltung in den Unternehmen zurückfahren. Kosten, die damit verbunden waren, wurden nun frei.

So klar die Ziele grundsätzlich waren die Umsetzung der innovativen Idee stellte die zwölf Kooperationspartner vor Herausforderungen. Scherhag: „Am Markt gab es zwar viele Anbieter für teure Systeme, doch zum einen waren diese für unsere Anforderungen mit viel zu viel Funktionen versehen, zum anderen bedeutete die Implementierung nicht selten umfassende Eingriffe in die jeweilige IT-Landschaft.“

Als Schwierigkeit erwies sich zudem, einen Partner zu finden, der nicht nur Software und Systemintegration anbot, sondern zu dessen Standard-Dienstleistungen auch passende Online-Kataloge gehörten. Und diese in nicht zu geringer Zahl, schließlich wollten Scherhag und seine Kooperationspartner nicht partielles, sondern umfängliches, also alle Waren-Segmente des Unternehmens betreffendes E-Procurement realisieren. Konkret hieß das: Gesucht war ein kompetenter Lieferant für Werkzeuge, Industriebedarf, Arbeitsschutz und sonstige Güter des täglichen gewerblichen Bedarfs, der gleichermaßen gute Preise, hohe Reputation und maximale Lieferfähigkeit und -treue garantierte und obendrein noch eine Plattform bot, die das gesamte Recherche-, Bestell- und Controlling-Wesen abdeckte. Die komplette Betreuung und eine gut funktionierende Support-Leistung ergänzten die hohen Anforderungen.

Hilfestellung kommt aus der eigenen Kundschaft

Als Unternehmen, das alle Anforderungen am besten abdeckte, erwies sich am Ende ein Kunde des Autohauses Scherhag: die Kayser GmbH. Als Systemhändler für Bau, Industrie und Handel verfügte sie über ein 75 000 Artikel umfassendes Katalog-Programm aus den Bereichen Betriebs-, Büro- und Lagereinrichtung, Arbeitsschutz, Werkzeuge und technische Produkte. Also ein komplettes Beschaffungsprogramm für Unternehmen aller Branchen und Größen.

Das Ideale daran war allerdings die kürzlich gestartete Kooperation mit der Mainzer Beschaffungsplattform Ca Direct, die nicht nur standardmäßig über eine volle E-Procurement-Funktionalität inklusive Online-Controlling und Budgetkontrolle verfügt, sondern auch fertige Kataloge, zum Beispiel zu Büromaterial, IT, Verpackung und Elektronik, anbietet. Die rund 20 Lieferanten aus allen Bereichen des mittelständischen Bedarfs ergänzen so genau die Segmente, die von den typisch technisch orientierten Katalogen der Kayser GmbH nicht abgedeckt werden. Scherhag: „Durch die Nutzung der Kooperationslösung Kayser-Ca Direct hatten wir alle unsere Wünsche auf einmal erfüllt. Wir verfügen über rund 25 Kataloge für alle Bereiche unserer Unternehmen, haben eine gemeinsame Plattform und arbeiten außerdem noch mit einem unserer eigenen Kunden.“

E-Procurement-Software lässt sich einfach in den Betrieb

integrieren

Als großer Vorteil für die Autohändler erwies sich zudem die einfache Integration der Lösung im Betrieb. Ohne Eingriff in die bestehenden IT-Strukturen wurden die einzelnen Besteller einfach in Ca Direct angelegt und zur Nutzung freigeschaltet. Für die Praxis heißt das: Will ein Bestellberechtigter einen Artikel ordern, so gelangt er über einen Internet-Link auf die Eingabemaske eines externen Servers, gibt dort sein persönliches Passwort ein und kann von nun an bestellen.

Verknüpft ist sein Name dabei bereits mit einer individuellen Budget- und Katalogkontrolle. Sie sorgt zum einen dafür, dass der Besteller automatisch nur bestimmte Verzeichnisse sehen und nutzen kann, zum anderen verhindert sie Bestellungen, wenn die bewilligte Budgetgrenze in einem Katalog erreicht ist. Administrative Erleichterung bietet zudem das Verfahren der Sammelrechnung. Dieses sieht vor, dass alle Bestellungen nur zweimal im Monat gebündelt abgerechnet werden.

Thomas Vogel ist Geschäftsführer der Ca Direct GmbH & Co. KG, 55252 Mainz-Kastell.

Redakteur: [Bernd Maienschein](#)

Links zum Thema im Vogel Business Network
Supplier Relationship Management on demand