

Einkauf :

Elektronische Beschaffung spart Zeit und Geld

Katalogwälzen adé - dieser Meinung sind Firmen, die online einkaufen. Wer sich auf die Internetseite www.mercateo.com klickt, trifft auf ein Sortiment mit 2,7 Millionen Produkten von über 9.000 Herstellern. Firmen und Freiberufler können dort bequem bestellen. Wie in einer Shopping-Mall genießen sie den riesigen Produkt- und Marktüberblick. Zudem können sie Angebote zeitsparend vergleichen und profitieren von hohen Preisvorteilen.

Schwere Papierkataloge durchblättern, diese Zeiten sind längst vorbei, „gefragt ist der schnelle und effiziente Einkauf mit internetbasierten Beschaffungssystemen“, so beschreibt Dr. Sebastian Wieser, Gründer und Vorstand der Mercateo AG, die Vorteile der elektronischen Beschaffung. Die Firmen verlangten ein breit gefächertes Sortiment und eine Anlaufstelle, die die Aufträge umfassend abwickelt. Ob Tesafilm, Tisch, Stuhl, Computer oder Drucker geordert werden, bei allen Bestel-

lungen ist der Online-Händler Ansprechpartner seiner Kunden. Er bearbeitet die Bestellungen und sorgt bei seinen Kunden gegenüber den mehr als 9.000 Herstellern für eine reibungslose Lieferung. Wer im Internet unter www.mercateo.com einkauft, trifft auf eine breite Auswahl an Produkten, die vom

Wie nützlich das ist, weiß Rony Fritzsch von der Kötler GmbH - einem Zulieferer der Automobilindustrie. Regelmäßig bestellt er Artikel der unterschiedlichsten Art - von IT- über Bürowaren wie Stifte, Etiketten, Dokumententaschen bis hin zu Einweghandschuhen, Waschbenzin, Heißluftgebläsen, Ventilatoren und Toner. Für Unternehmen, die auf diesem Weg online beschaffen, ergibt sich der Vorteil, dass sie keine vielfältigen Lieferantenbeziehungen aufbauen und pflegen müssen. Damit sparen sie Arbeitszeit und gleichzeitig Verwaltungs- sowie Personalkosten.

„Für uns spielt die Zeitersparnis eine tragende Rolle“, so Fritzsch. Auch die Tatsache, „alles aus einer Hand zu bekommen“, bestärkt ihn, immer wieder bei dem Online-Händler einzukaufen. Das breite Sortiment ermöglicht einen optimalen Markt- und Preisüberblick. Gleiche Artikel gibt es zu unterschiedlichen Konditionen.

Sucht Fritzsch zum Beispiel einen Toner, hat er je nach Fabrikat die Auswahl unter den Konditionen von bis zu 20 Handelspartnern, auf die Mercateo zugreifen kann. Das Warenkorboptimierungstool Best-Basket unterstützt ihn, seine Bestellungen nach individuellen Präferenzen wie Preis und Lieferzeit vorzunehmen. Mit dieser Dienstleistung entscheidet sich der Kunde für die Kriterien, die ihm am wichtigsten sind. Wählt er die schnellste Lieferzeit, wird die Ware schon am nächsten Tag zugestellt, allerdings ohne Preisvorteil. Oder er hat die Möglichkeit, den ausgesuchten Artikel einige Tage später zu erhalten, dafür aber günstiger. Wer sich auf die Internetseite von Mercateo einloggt, gewinnt einen schnellen Überblick

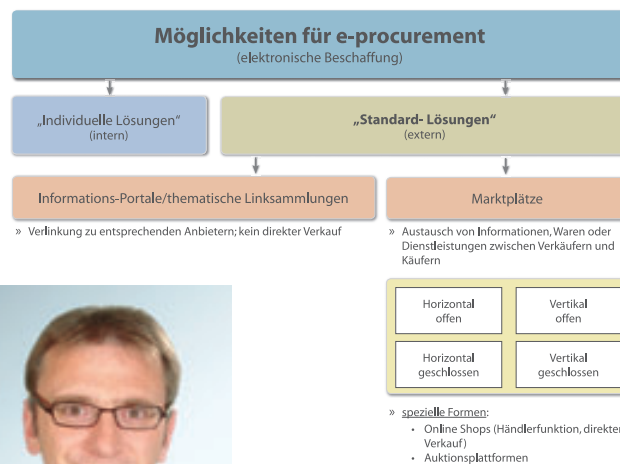


„Gefragt ist heute der schnelle und effiziente Einkauf mit internetbasierten Beschaffungssystemen“, beschreibt Dr. Sebastian Wieser, Gründer und Vorstand der Mercateo AG, die Vorteile der elektronischen Beschaffung.



Peter Ledermann, Vorstand der Mercateo AG: „Wir agieren wie eine ausgegliederte Einkaufsabteilung der Unternehmen und helfen, Beschaffungskosten zu senken.“

Büromöbel über Elektronik, Hard- und Software bis hin zur Betriebs- und Lagerausrüstung reicht. „Wir agieren wie eine ausgegliederte Einkaufsabteilung der Unternehmen und helfen ihnen, ihre Beschaffungskosten zu senken“, so Peter Ledermann, Vorstand der Mercateo AG.



Schwere Papierkataloge durchblättern - diese Zeiten sollten längst vorbei sein.



über die Vielfalt der Angebote - das spart Arbeitszeit. Nicht nur die geringeren Logistik- und Personalkosten sprechen für den Einkauf im Netz, auch die Qualität der Beschaffung kann erhöht werden. Wegen der Vielfalt der Angebote und der riesigen Auswahl der Hersteller lassen sich die Artikel genauer beobachten und hinsichtlich der Güte unterscheiden.


Dass Service für die Kunden bei Mercateo groß geschrieben wird, zeigt auch die digitale Rechnungslegung des Mega-Händlers. So haben Firmen und Freiberufler die Wahl, von der herkömmlichen Papierrechnung auf die digitale Variante umzusteigen. Aktenberge und Schränke voller Ordner gehören der Vergangenheit an, stattdessen können die Dokumente Platz sparend auf dem Computer abgelegt werden. Außerdem kann jeder Kunde die Rechnungen in sein eigenes Buchungssystem einlesen und spart dadurch das aufwändige manuelle Erfassen der einzelnen Rechnungsdaten. Als Sahnehäubchen bietet der Händler zudem die kostenlose Archivierung der Rechnungen für 10 Jahre an. Selten treffen Firmen für ihre Beschaffung auf ein so umfangreiches Serviceangebot wie bei der Mercateo AG. Versuchen sie, die Vorteile der Online-Beschaffung auszuschöpfen, stoßen sie häufig auf Portale mit Info-Verzeichnissen und themati-

schen Linksammlungen und werden zu entsprechenden Anbietern weitergeleitet. Ein direkter Verkauf mit individueller Betreuung findet aber nicht statt. Zwei Beispiele sind: „Wer liefert was?“ und „Froogle“. Beim Portal „Wer liefert was?“ sind mehrere hunderttausend Unternehmen aus verschiedenen Branchen mit Kontaktdaten gelistet. Mit einer Suchmaschine lässt sich nach Produkten und Dienstleistungen recherchieren. Allerdings muss sich der Kunde auf den jeweiligen Webseiten der Anbieter immer wieder neu registrieren lassen und verschiedene Shop-Systeme kennen lernen. Das aber erfordert einen hohen Arbeitsaufwand.

Deshalb haben elektronische Marktplätze, auf denen Käufer und Verkäufer zusammen kommen, um Vertragsabschlüsse zu erzielen, eine große Bedeutung. Diese Marktplätze können für alle Nutzer oder nur für einen begrenzten Teilnehmerkreis zugänglich sein. Bei letzteren handelt es sich um so genannte geschlossene Marktplätze. Diese spielen in der Industrie häufig eine große Rolle. Eine der bekanntesten ist covisint.com, auf dem einige Automobilkonzerne einen Teil ihres Einkaufsvolumens abwickeln. Nur ihnen und ihren Zulieferern ist dieser Marktplatz vorbehalten. Für die angeschlossenen Unternehmen ergeben sich in diesem Netzwerk

häufig eine Reihe von Verbundvorteilen beim Einkauf. Offene Marktplätze hingegen können von jedermann genutzt werden. Wenn sich eine Firma dort einklickt und Waren bestellen möchte, tritt sie direkt in Verhandlungen mit dem jeweiligen Lieferanten. Hier unterscheidet man zwischen vertikalen und horizontalen Marktplätzen.

Haben sie eine vertikale Struktur, sind sie auf ein spezielles, tiefes Sortiment ausgerichtet. Horizontale Marktplätze hingegen verfügen über branchenübergreifende Produkt- und Dienstleistungsangebote mit einem großen Sortiment.

Während auf Marktplätzen Kunden mit unterschiedlichen Lieferanten Kontakt aufnehmen, ist bei Online-Shops ein einziger Händler zwischengeschaltet. So arbeitet Mercateo mit festen Vertragspartnern zusammen. Der Online-Händler ist alleiniger Ansprechpartner für seine Kunden und wickelt die Aufträge für sie ab. Damit sparen die Firmen bei ihren Bestellungen nicht nur Geld und Zeit, sondern profitieren auch von einem umfangreichen Serviceangebot. Diese Erfahrung macht nicht nur Ronny Fritsch, sondern auch die übrigen mittlerweile 300.000 Kunden des Online-Händlers. 

Herbert Kieffer
www.mercateo.com