

Schöner shoppen im Einkaufs-Netz

Von Christoph Lixenfeld

Der Aktienfondsanbieter Union Investment handelt eigentlich mit immateriellen Gütern. Mit Informationen und Know-how etwa. Trotzdem kauft das Unternehmen mit Sitz in Frankfurt ein höchst materielles Gut in riesigen Mengen ein: bedrucktes Papier. Rund ein Dutzend Rechenschaftsberichte sind regelmäßig zu drucken. Und zwar nicht irgendwie und irgendwo, sondern in hoher Qualität und mit maximaler Zuverlässigkeit. Schließlich handelt es sich bei den Druckwerken um Pflichtmitteilungen. Zugleich lässt sich bei diesen Aufträgen durch geschickten Einkauf allein schon wegen ihrer schieren Größe viel Geld sparen: Die Berichte entstehen in einer Auflage von 60 000 Exemplaren. Das macht pro Auftrag 300 bis 350 Tonnen Papier.

Den richtigen Auftragnehmer sucht sich Union-Investment-Einkäufer Joachim Etz über die Beschaffungs- und Auktionsplattform Fairpartners. "Zu Beginn läuft der ganze Prozess sehr konventionell ab", sagt Etz. Die Kriterien müssen klar definiert sein. So lässt sich zum Beispiel festlegen, dass die Berichte in jedem Fall in Deutschland produziert werden, wenn das Unternehmen darauf Wert legt. Ist die Vorbereitung abgeschlossen, dann dauert die eigentliche Auktion nicht mehr als 40 Minuten. Ihr Verlauf lässt sich live am Monitor mitverfolgen.

Unter all jenen Druckereien, die den Kriterienkatalog erfüllen, gewinnt die günstigste. Mit dieser Methode lassen sich pro Job einige Zehntausend Euro sparen.

Wer übers Internet einkauft, profitiert von Großhandelspreisen und hat mehr Auswahl. Er muss dazu weder komplexe Software installieren noch große Mengen abnehmen

Aufträge auf diese Weise zu vergeben oder benötigte Güter webbasiert zu beschaffen ist längst nicht mehr die Ausnahme, sondern die Regel. Und für Firmen ab einer bestimmten Größe ist es Alltag. Auktionen sind nur ein Instrument unter mehreren. Sie eignen sich besonders für einmalig oder unregelmäßig vergebene Aufträge. Also immer, wenn es kein Problem ist, wenn der Lieferant oft wechselt.

Wer Auktionsplattformen nutzt, hat einige Vorteile: Er braucht keine Softwarelösung auf dem eigenen Rechner zu installieren. So entfällt auch die Frage, wie sich unterschiedliche Systeme bei Nachfrager und Anbieter integrieren lassen. Anders ausgedrückt: Wer über einen Anbieter wie Fairpartners etwas beschafft, kauft keine Lösung, sondern eine Dienstleistung.

Auf eigene, voll integrierte Lösungen setzen dagegen Unternehmen, die regelmäßig komplexe Güter in großen Mengen von den immer gleichen Anbietern beziehen. So erweitert der Hamburger Versandhändler Otto Group zum Beispiel aktuell seine Einkaufsplattform um eine sogenannte Workflow-Lösung des Softwareanbieters Cosa aus Pulheim.



Ziel des Projekts ist es, das Zusammenwirken von mehr als 8500 Einkäufern und Lieferanten optimal zu steuern. Auch das Zusammenspiel von Sortimenterstellung, Einkauf und Auftragsabwicklung soll den Beteiligten demnächst noch leichter von der Hand gehen. Und zwar unabhängig davon, welche Software ein spezieller Lieferant selbst nutzt.

Fast alle großen Unternehmen unterhalten heute auch eigene Plattformen, um ihren Einkauf zu steuern und zu rationalisieren. Basis sind häufig Programme des Walldorfer Softwareriesen SAP.

Kleinunternehmen haben solche Systeme selten im Einsatz, dennoch können auch sie mittlerweile fast alles auf elektronischem Wege

beschaffen. Notwendig ist dazu kaum mehr als ein Internetanschluss. Per Web lässt sich bequem und schnell in gigantischen Katalogen virtueller Großhändler wühlen.

Der größte von ihnen ist Mercateo aus München. Der Katalog hält rund 2,7 Millionen Artikel von 15 000 Herstellern vor. Das Unternehmen agiert dabei nicht als Makler, der lediglich den Kontakt zwischen Nachfrager und Anbieter herstellt.

Vielmehr kauft und verkauft Mercateo auf eigene Rechnung, allerdings ohne eigene Warenlager zu unterhalten.

Diese Strategie erlaubt eine enorme Sortimentstiefe. "Wir können erheblich mehr Varianten anbieten als zum Beispiel jene fünf verschiedenen Hämmer, für die ein normaler Baumarkt in seinen Regalen Platz hat", sagt Peter Ledermann, Vorstand von Mercateo.

Alexander Klamt vom Ford- und Volvo-Autohaus Gaul & Klamt in Neustadt an der Saale kauft über die Plattform seit etwa vier Jahren fast alle Güter des täglichen Bedarfs. Dazu gehört neben Büromaterial wie Papier und Stifte auch sogenannte Schüttware, etwa Standardschrauben oder Unterlegscheiben. Vorteilhaft ist aus seiner Sicht vor allem, eine einzige Rechnung für die verschiedensten Positionen zu erhalten. Und natürlich: auch bei kleinen Mengen von Großabnehmerkonditionen zu profitieren. Ob der Kauf über Mercateo wirklich günstiger ist als der Direktbezug beim Hersteller, vergleicht Klamt dabei durchaus: "Wir haben auch Originalkataloge von Schraubenherstellern im Haus. Und da sehen wir uns die Preise natürlich auch an."