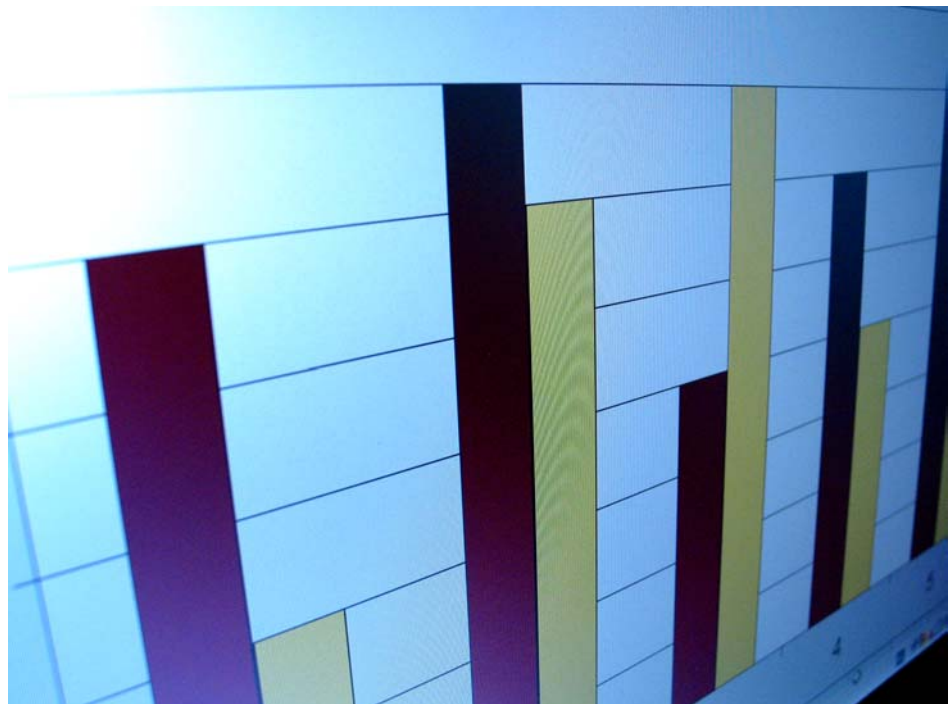




## Studie – Elektronische Beschaffung

Status-Quo und Trends







# Studie – Elektronische Beschaffung

Status-Quo und Trends

Erstellt im Rahmen des von der Stiftung Industrieforschung geförderten Projektes  
„E-Buy – Elektronische Beschaffung in der mittelständischen Industrie“  
Fördernummer: S 580

**Autor:**

**Thiemo Scherle**, Forschungsinstitut für Rationalisierung e.V. an der RWTH Aachen



## Rahmenbedingungen

Das Forschungsinstitut für Rationalisierung an der RWTH hat im Zeitraum von Juli 2002 bis November 2003 das Forschungsprojekt *E-Buy – Elektronische Beschaffung in der mittelständischen Industrie* durchgeführt, das von der Stiftung Industrieforschung gefördert wurde. Ziel des Projektes war die Systematisierung und wirtschaftliche Bewertung des Themas *elektronische Beschaffung* speziell für kleine und mittlere Unternehmen. Innerhalb des Projektes wurden unter anderem folgende Ergebnisse erzielt:

- Identifikation und Dokumentation von Best-Practices
- Entwicklung eines Leitfadens zur Einführung von E-Procurement-Systemen
- Entwicklung eines Marktspiegels „E-Procurement-Systeme“

Um praxisnah Schwerpunkte bei den Inhalten setzen zu können, musste der aktuelle Status-Quo der elektronischen Beschaffung bei den Industrieunternehmen erfasst werden. Hierzu wurde bereits in einer frühen Phase des Projektes eine Umfrage zum Thema elektronische Beschaffung durchgeführt. Insgesamt wurden IT-Leiter und Einkaufsleiter von ca. **500 Unternehmen per E-Mail eingeladen**, einen Fragebogen im Internet auszufüllen. **93 Unternehmen** haben sich an der Erhebung **beteiligt**.

Der Fragenkatalog gliederte sich in zwei Teile. Der erste Teil behandelte Fragen zum Thema elektronische Beschaffung. Im zweiten Teil wurden allgemeine Unternehmensdaten erhoben. Grundlage für den ersten Frageblock waren vier definierte Systemtypen:

- Lieferanten Online-Shops,
- elektronische Marktplätze,
- Desktop-Purchasing-Systeme und
- Portale für Lieferanten.

Für jeden Systemtyp wurde nach dem bisherigen oder geplanten Einsatz gefragt. Anschließend erfolgte eine Bewertung des jeweiligen Systemtyps. So konnte ermittelt werden

- welche Erfahrung Unternehmen bei der Einführung und Nutzung des Systemstyps bisher gemacht haben,
- wie sie eine zukünftige Nutzung einschätzen bzw. welche Hoffnungen sie mit der Einführung und Nutzung eines bestimmten Systemtyps verbinden und
- was gegen die Nutzung eines bestimmten Systemtyps spricht.

Im Folgenden erfolgt eine Darstellung der zentralen Ergebnisse der Umfrage bzw. Studie. Die jeweiligen grafischen Auswertungen befinden sich im Anhang.

## Zentrale Ergebnisse

### *Unternehmensinformationen*

Zur Teilnahme an der Umfrage wurden verschiedene Unternehmen eingeladen, die sich sowohl in Unternehmensgröße als auch in ihrer Branchenzugehörigkeit unterscheiden. Insgesamt haben sich besonders viele große Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau an der Studie beteiligt. Unter der Annahme, dass Unternehmen sich eher an einer Umfrage beteiligen, wenn sie mit dem Thema vertraut sind, ist davon auszugehen, dass elektronische Beschaffung von kleinen und mittleren bisher weniger genutzt wird als von großen Unternehmen. Diese Einschätzung wurde in intensiven Expertengesprächen insbesondere mit Anbietern von EP-Systemen bestätigt. Auch nutzen die kleinen und mittleren Unternehmen, die sich an der Studie beteiligt haben, elektronische Beschaffungssysteme weniger intensiv und haben Vorbehalte bezüglich der Wirtschaftlichkeit des Einsatzes von Internettechnologie in der Beschaffung.

### *Informationsquellen*

Um sich über die Chancen und Risiken der elektronischen Beschaffung zu informieren, werden von den Unternehmen verschiedene Medien genutzt. Die Umfrage zeigte, dass Verbände als unabhängige Institutionen eine zentrale Rolle bei der Bereitstellung von Informationen spielen. Überraschenderweise nutzen viele der Befragten das Internet, um sich über das Thema elektronische Beschaffung zu informieren. Bücher werden dagegen bei der Recherche ebenso wenig genutzt wie Tageszeitungen.

### *Nutzung und Bewertung der Systemtypen*

#### *Lieferanten Online-Shops*

Online-Shops von Lieferanten werden von 38% der befragten Unternehmen regelmäßig zur Beschaffung genutzt. Dabei kaufen sie dort insbesondere geringwertige Waren wie Bürobedarf, Werkzeug und IT-Ausstattungen ein. Vorteile, die sich aus der Nutzung von Lieferanten Online-Shops ergeben haben, sind primär die Reduzierung von Beschaffungszeiten und -kosten sowie die Senkung von Fehllieferungen, indem Übermittlungsfehler vermieden wurden. Lediglich 14% der Befragten gaben an, die Beschaffungskosten außerhalb von Rahmenverträgen durch die Nutzung von Online-Shops gesenkt zu haben. Als größtes Problem bei der Nutzung von Online-Shops bewerten die Unternehmen die hohen Einführungskosten, die sich z.B. durch die Umstellung von Prozessen, der Definition von Verantwortlichkeiten und Schaffung von IT-Voraussetzungen ergeben.

17% aller Befragten möchte in Zukunft Lieferanten-Online-Shops zur Beschaffung einsetzen. Sie erhoffen sich primär eine Reduzierung ihrer Beschaffungskosten und -zeiten. Diese Zahlen sind nahezu identisch mit denen der Unternehmen, die bereits per Online-Shop einkaufen bzw. bestellen. Ein deutlicher Unterschied zwischen zukünftigen und bestehenden Nutzern ist dagegen die Einschätzung bezüglich der Mitarbeitermotivation. Während 60% der zukünftigen Online-Shop-Nutzer hoffen, die Motivation der Mitarbeiter durch erhöhte Eigenverantwortung steigern zu können, konnten nur 18% der Online-Shop-Nutzer diese Erfahrung tatsächlich bestätigen.

Etwa ein Drittel (33%) der Befragten haben bisher Online-Shops nicht genutzt und möchten dies auch in Zukunft nicht tun. Die Gründe hierfür sind zum einen der hohe Schulungsaufwand

für Mitarbeiter; zum anderen befürchten die Unternehmen, durch Nutzung von Online-Shops ihre Abhängigkeit von den jeweiligen Lieferanten zu erhöhen. Weiterer Grund, der gegen den Einsatz von Online-Shops spricht, ist die Tatsache, dass die Unternehmen ihre Bedarfe auf diesem Wege nicht decken können.

### ***Elektronische Marktplätze***

Elektronische Marktplätze werden von 36% der befragten Unternehmen aktiv zur Beschaffung eingesetzt. Die Plattformen „SupplyOn“, „Techpilot“, „CC Chemplorer“ und „Newtron“ wurden dabei besonders häufig genannt. Gründe für den Einsatz elektronischer Marktplätze sind nicht etwa reduzierte Einstandspreise (20%) sondern in erster Linie der vereinfachte Geschäftsdatenaustausch (65%). Hier zeigt sich die Entwicklung elektronischer Marktplätze von Handelsplattformen hin zu Kopplungssystemen, um den Informationsfluss zwischen Unternehmen zu verbessern. Weitere Gründe für die Nutzung elektronischer Marktplätze sind die Erschließung neuer Lieferanten (55%) sowie die Überprüfung bestehender Konditionen mit Lieferanten (45%). Beim Einsatz elektronischer Marktplätze wurde von den befragten Unternehmen bemängelt, dass sie ihre Nachfrage zum Teil dort nicht decken können. Ferner konnten sie eine Verschlechterung der Beziehung mit Bestandslieferanten feststellen. Mangelnde Qualität oder Sicherheitsbedenken wurden dagegen nur von wenigen Befragten geäußert.

22% aller Befragten gab an, elektronische Marktplätze bisher zwar nicht genutzt zu haben, diese Plattformen aber zukünftig bei der Beschaffung einzusetzen. Hiervon erhoffen sie sich zum einen, in Kontakt mit neuen Lieferanten kommen zu können, zum anderen erwarten sie, ihren Beschaffungsmarkt international ausweiten zu können. Als weiterer Vorteil bewerten die zukünftigen Nutzer die Möglichkeit, bestehende Lieferantenkonditionen überprüfen zu können.

31% der Befragten haben elektronische Marktplätze bisher nicht genutzt und möchten es auch in Zukunft nicht tun. Hauptgrund (65%) hierfür ist die Tatsache, dass die Unternehmen ihre Bedarfe nicht auf Marktplätzen decken können. Fast ein Viertel der Befragten hat Sicherheitsbedenken gegenüber elektronischen Marktplätzen. Dagegen sprechen hohe Nutzungsgebühren nur für 6% gegen einen Einkauf über elektronische Marktplätze.

### ***Desktop-Purchasing-Systeme***

49% der Befragten nutzen in ihrem Unternehmen ein Desktop-Purchasing-System, mit dem Mitarbeiter Waren und Dienstleistungen unmittelbar von ihrem Arbeitsplatz aus bestellen können. Dieser hohe Wert lässt sich durch die Tatsache erklären, dass sich viele Mitarbeiter von großen Unternehmen an der Studie beteiligt haben. Die Systeme von SAP, Healy Hudson, Commerce One und jCatalog wurden besonders häufig genannt. Nahezu alle (93%) der Befragten konnten Zeiten und Kosten der Beschaffungsprozesse senken. Als weitere Vorteile wurden die Reduzierung von Fehllieferungen auf Grund von weniger Übermittlungsfehlern sowie die reduzierte Beschaffung außerhalb von Rahmenverträgen genannt. 40% der Befragten bewertet die erhöhte Lieferantenbindung als Vorteil. Probleme bei der Einführung und Nutzung von Desktop-Purchasing-Systemen waren die mangelnde Bereitstellung von elektronischen Katalogen durch die Lieferanten (40%), die hohen Einführungskosten (33%) sowie der Schulungsaufwand für die Nutzer (27%). Nur 10% bemängelten, dass die Systeme technisch nicht ausgereift wären.

23% der Befragten plant ein Desktop-Purchasing-System in Zukunft einzusetzen. Die Mehrheit dieser Gruppe erhofft sich hiervon eine Reduzierung von Beschaffungskosten und -zeiten. Diese Erwartung erscheint in anbetracht der Angaben der aktiven Nutzer von Desktop-Purchasing-Systemen begründet. Die zukünftigen Nutzer haben im Vergleich zu den bestehenden Nutzern höhere Erwartungen an die positive Auswirkungen eines Desktop-Purchasing-Systems auf die Mitarbeitermotivation.

26% der Befragten möchten auch in Zukunft kein Desktop-Purchasing-System nutzen. Gründe hierfür sind die mangelnde Bereitstellung von elektronischen Katalogen durch die Lieferanten, die hohen Einführungskosten und die eigene geringe Unternehmensgröße. Als zweitrangig bewertet diese Gruppe mögliche technische Mängel oder eine Erhöhung der Lieferantenabhängigkeit.

### **Portale für Lieferanten**

43% der befragten Unternehmen hat bereits ein Portal im Einsatz, um Geschäftsdaten mit Lieferanten auszutauschen. Dabei werden neben Produkten wie „WebSphere“ und „SAP - WebApplicationServer“ auch Eigenentwicklungen auf Basis von J2EE (Java 2 Enterprise Edition) eingesetzt. Vorteile, die sich durch den Einsatz eines Portal ergeben haben, sind der beschleunigte, kostengünstige Austausch von Informationen sowie die Reduzierung von Übermittlungsfehlern. Bemerkenswert ist die Tatsache, dass 65% der Befragten die Absicherung der Kommunikation als wesentlichen Vorteil der Portalnutzung bewerten. Hauptproblem bei der Einführung und Nutzung eines Portals sind die hohen Einführungskosten (43%). Ferner sind Lieferanten teilweise nicht bereit, eine solche Plattform zu nutzen (30%) oder betreiben bereits selbst ein Portal (22%). Lediglich 6% der Befragten bewerteten die Systeme als technisch nicht ausgreift.

28% der Befragten setzen bisher noch kein Portal ein möchten aber in Zukunft ein solches System nutzen. Vom Portaleinsatz erhoffen sie sich in erster Linie eine Beschleunigung des Beschaffungsprozesses, eine Kostenreduktion sowie eine Verringerung der Übermittlungsfehler. Diese Rangfolge ist deckungsgleich mit denen der Befragten, die ein Portal bereits aktiv betreiben.

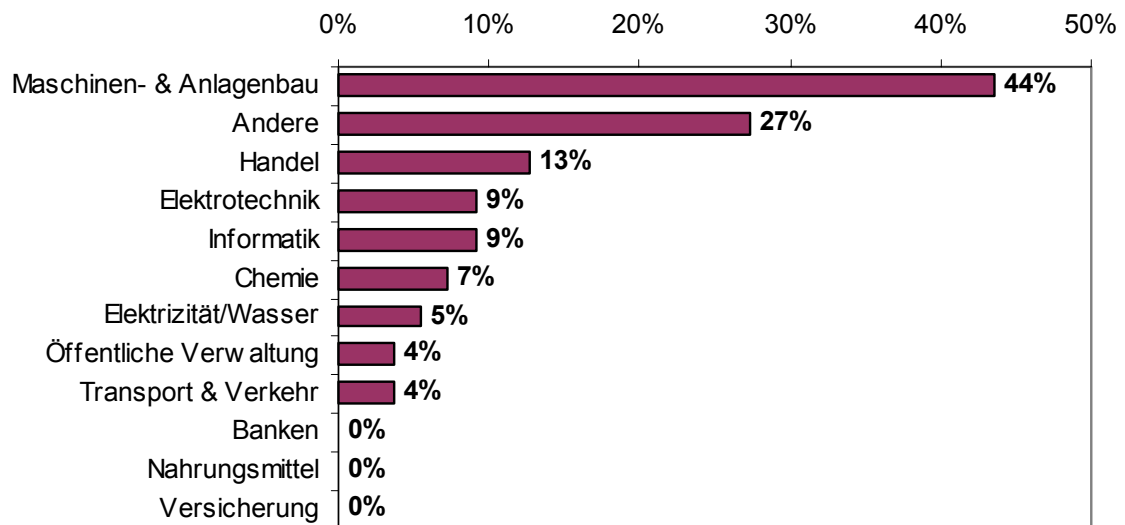
23% der Befragten möchte auch in Zukunft kein Portal nutzen, da sie zum einen die hohen Einführungs- und Betriebskosten befürchten (33%). Zum anderen gehen sie von einer mangelnden Nutzung durch die eigenen Lieferanten aus (25%).



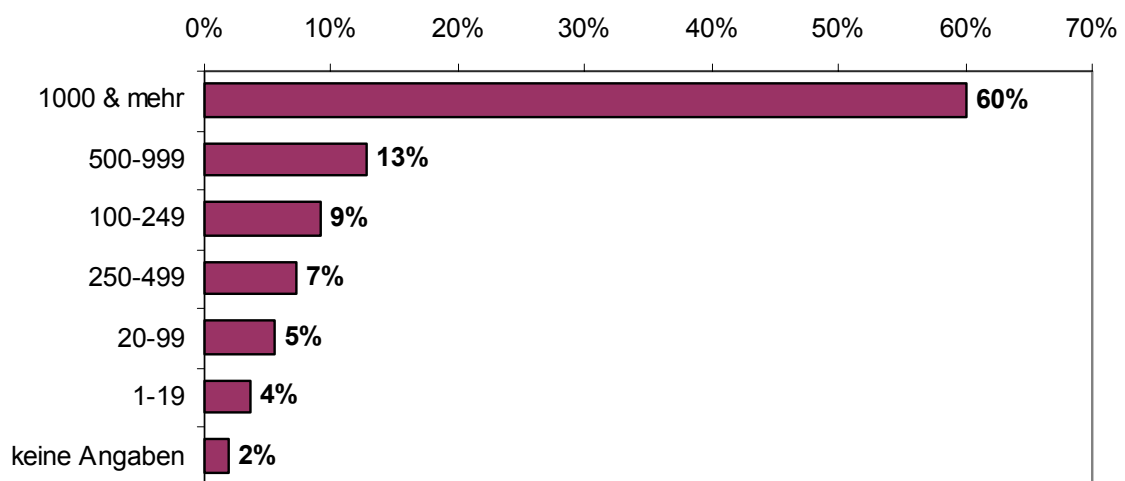
## Anhang

### Unternehmensinformationen

#### Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?

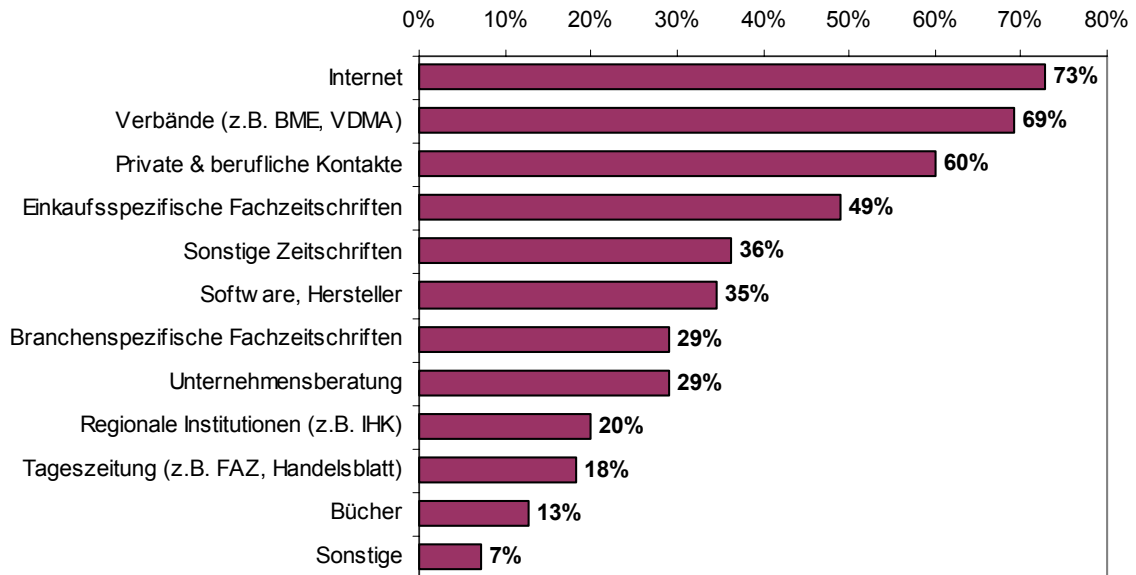


#### Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihr Unternehmen insgesamt?



## Informationsquellen

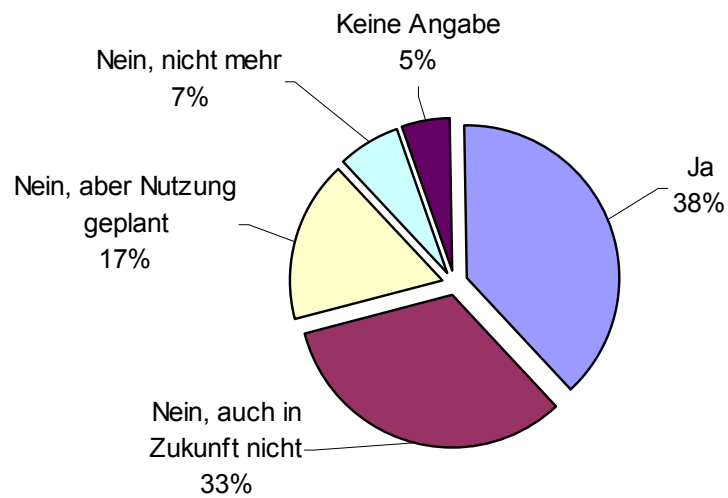
**Welche Quellen nutzen Sie, um sich über den Einsatz von Internettechnologien zur Unterstützung Ihrer Beschaffung zu informieren?**



## Nutzung und Bewertung der Systemtypen

### Lieferanten Online-Shops

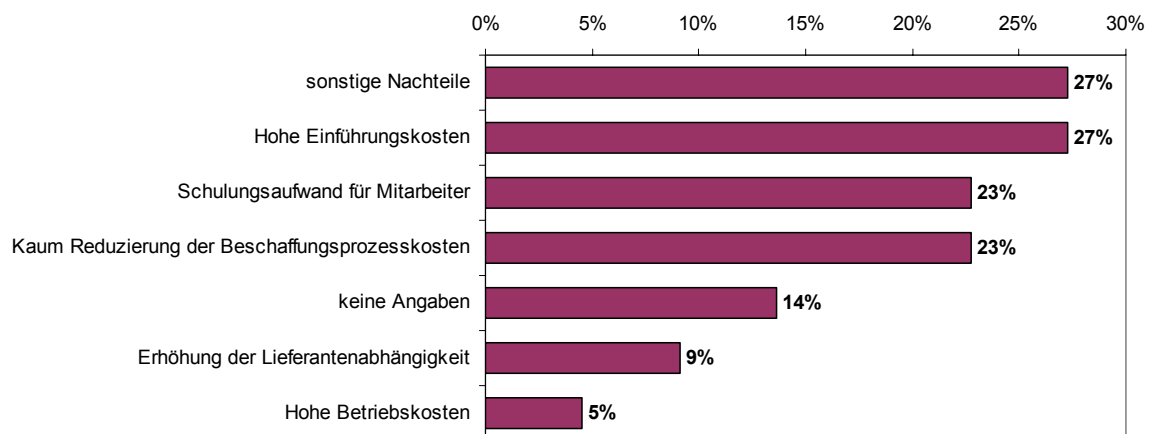
**Nutzen Sie einen oder mehrere Online-Shops Ihrer Lieferanten?**



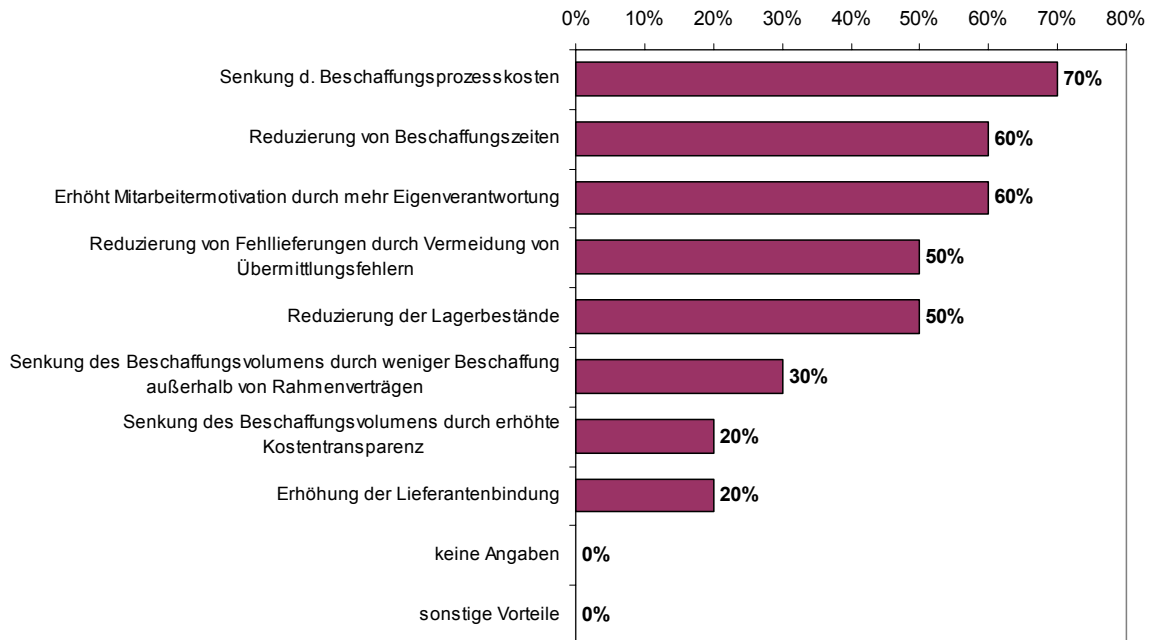
### Welche Vorteile haben sich durch die Nutzung von Lieferanten-Online-Shops ergeben?



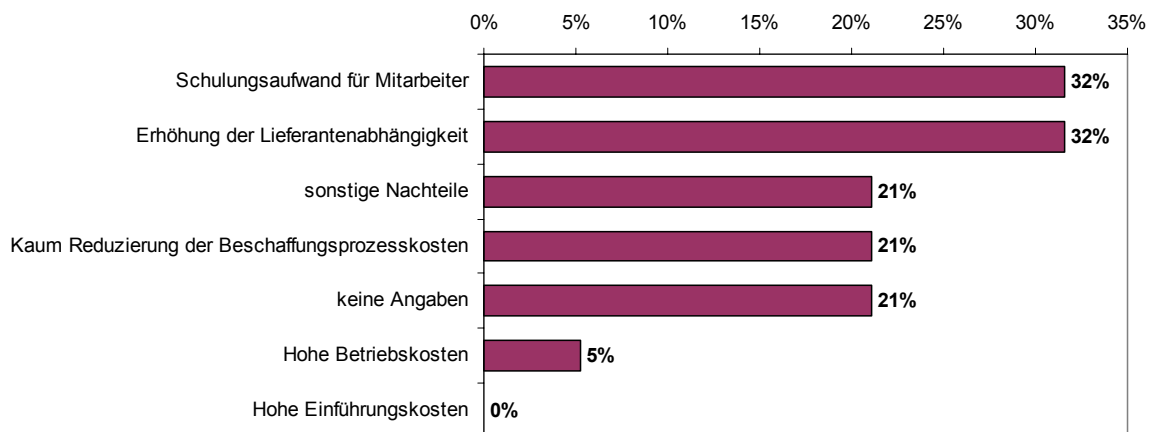
### Welche Probleme bzw. Nachteile haben sich bei der Nutzung von Lieferanten-Online-Shops ergeben?



### Welche Vorteile erhoffen Sie sich durch die Nutzung von Lieferanten-Online-Shops?

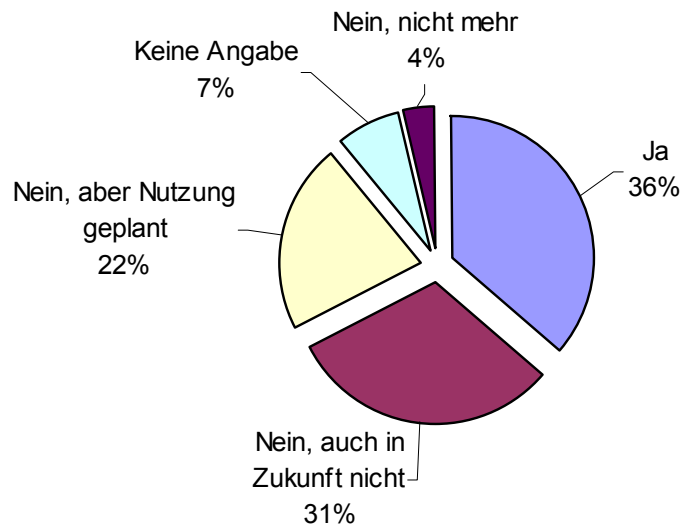


### Welche Probleme bzw. Nachteile halten Sie von der Nutzung von Lieferanten-Online-Shops ab?

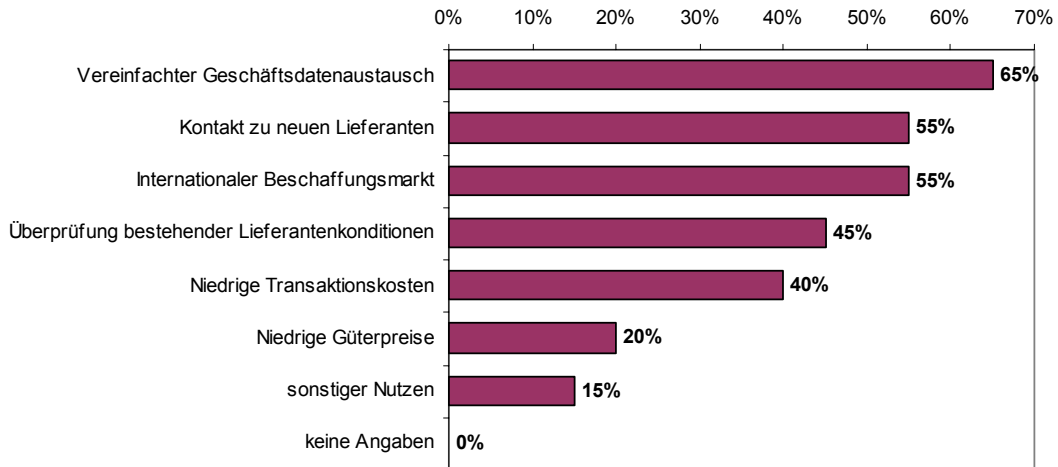


## Elektronische Marktplätze

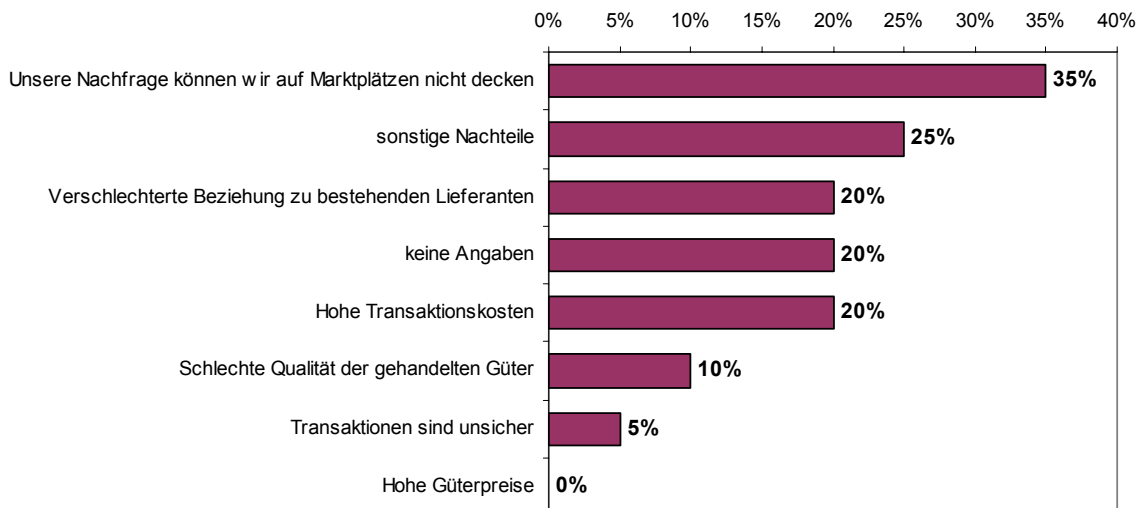
**Nutzen Sie elektronische Marktplätze zur Beschaffung von Waren und Dienstleistungen für Ihr Unternehmen?**



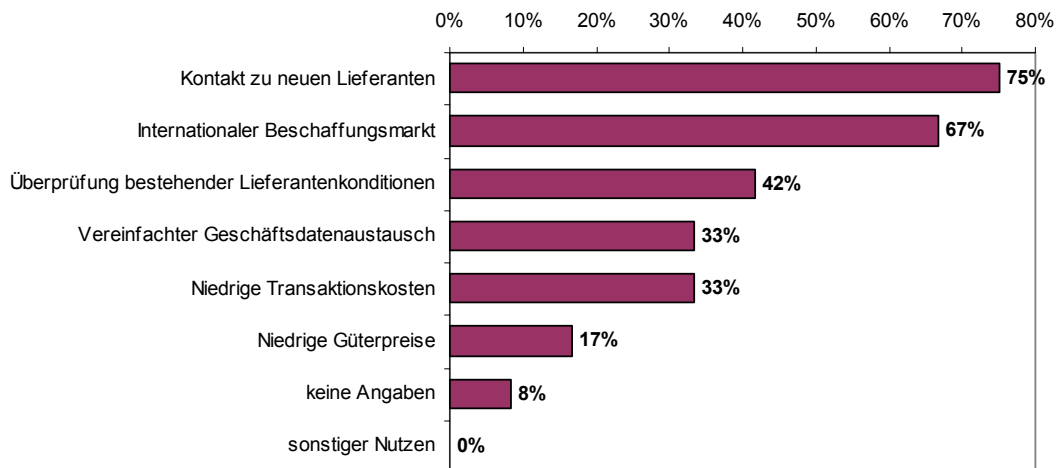
### Welche Vorteile haben sich durch die Nutzung von elektronischen Marktplätzen ergeben?



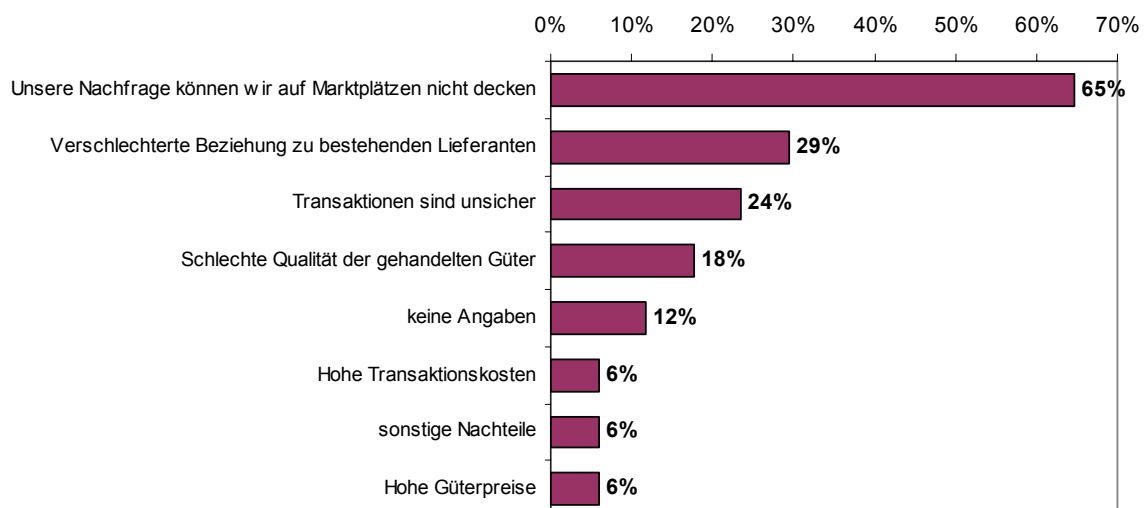
### Welche Probleme bzw. Nachteile haben sich durch die Nutzung von elektronischen Marktplätzen ergeben?



### Welche Vorteile erhoffen Sie sich von der Nutzung elektronischer Marktplätzen?



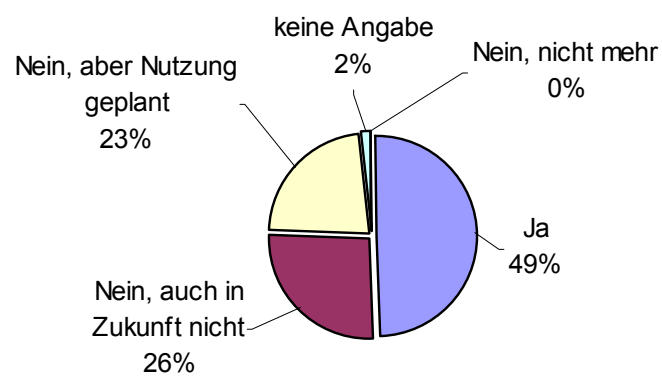
### Welche Probleme bzw. Nachteile halten Sie von der Nutzung elektronischer Marktplätzen ab?



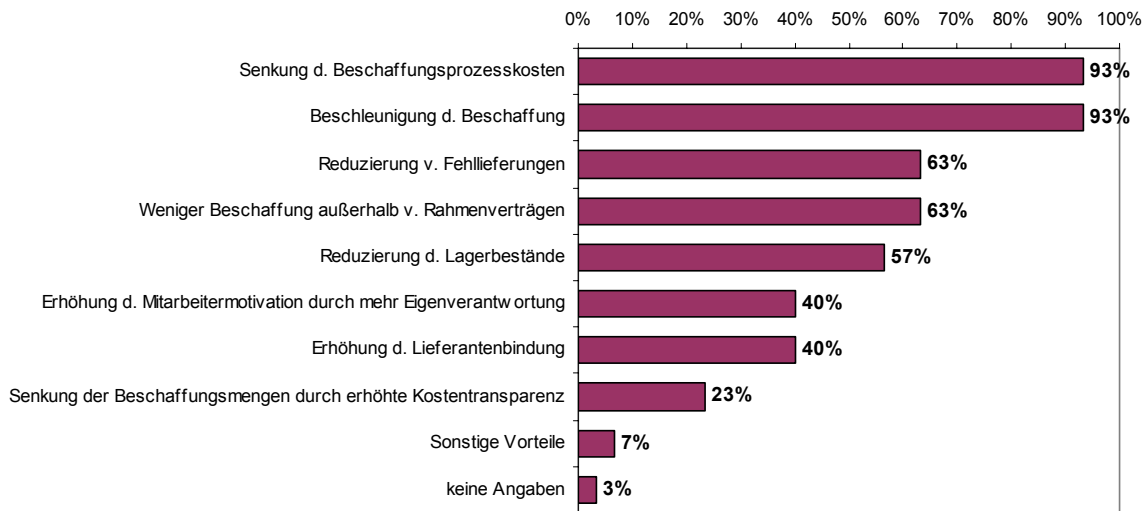


## Desktop-Purchasing-Systeme

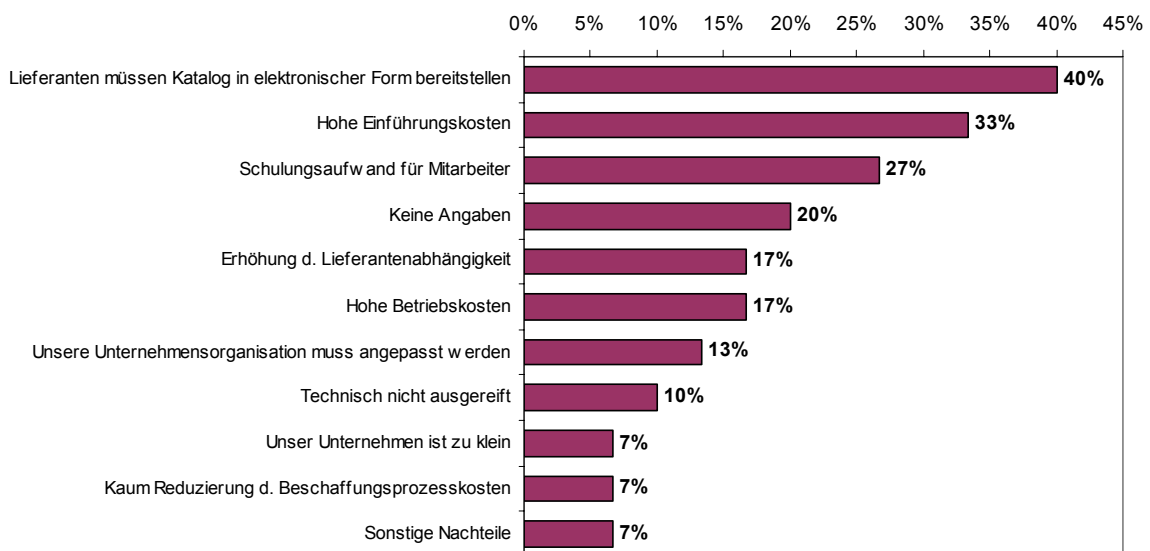
**Nutzen Sie in Ihrem Unternehmen ein System, mit dem Mitarbeiter Waren und Dienstleistungen unmittelbar von ihrem Arbeitsplatz aus bestellen können (Desktop-Purchasing-System)?**



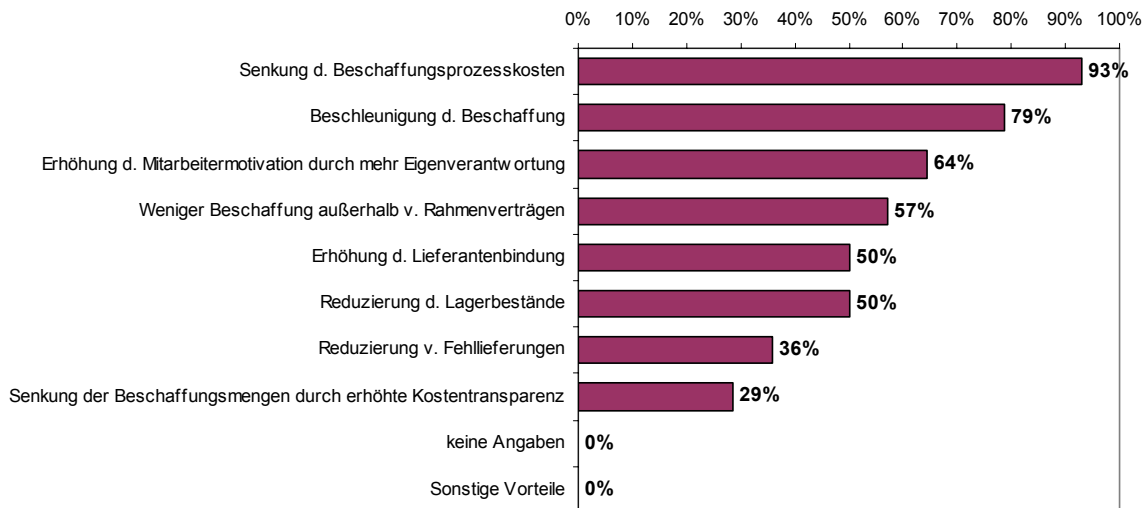
### Welche Vorteile haben sich durch die Einführung und Nutzung eines Desktop-Purchasing-Systems ergeben?



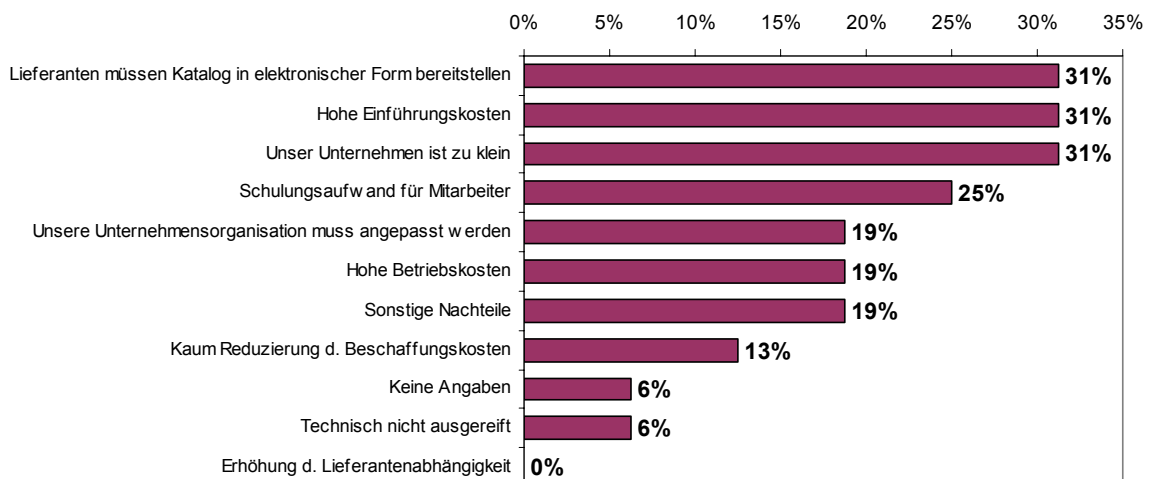
### Welche Probleme bzw. Nachteile haben sich durch die Einführung eines Desktop-Purchasing-Systems ergeben?



### Welche Vorteile erhoffen Sie sich durch die Einführung und Nutzung eines Desktop-Purchasing-Systems?

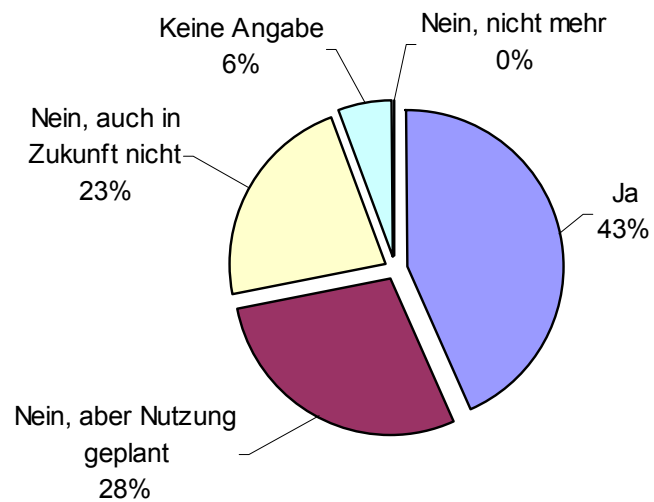


### Welche Probleme bzw. Nachteile halten Sie von der Einführung und Nutzung eines Desktop-Purchasing-Systems ab?

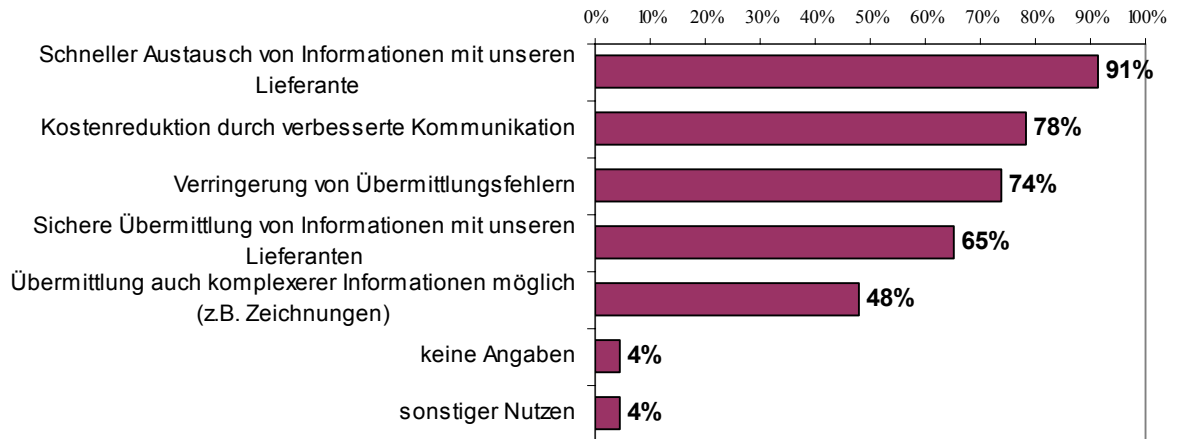


## Portale für Lieferanten

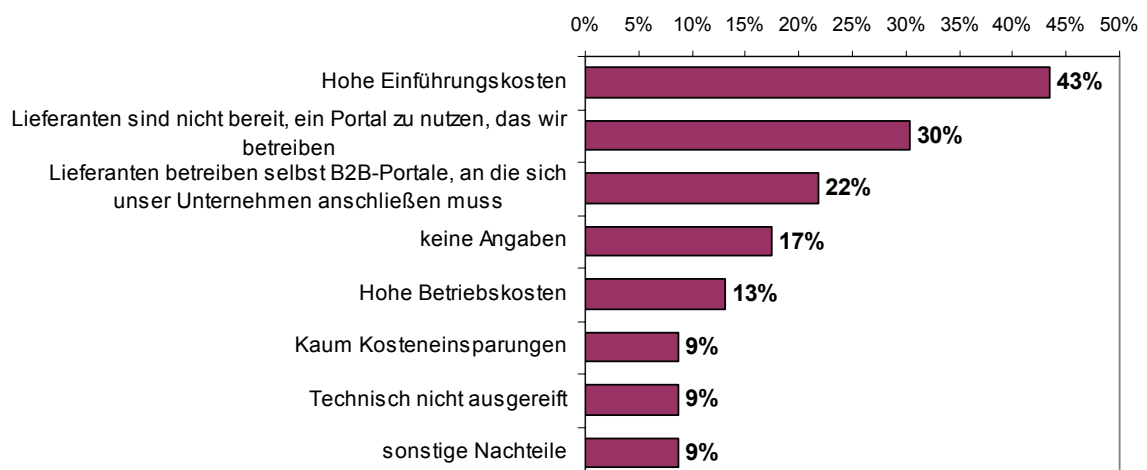
**Betreiben Sie in Ihrem Unternehmen ein System, das es ermöglicht, Geschäftsinformationen und -dokumente mit Lieferanten auszutauschen?**



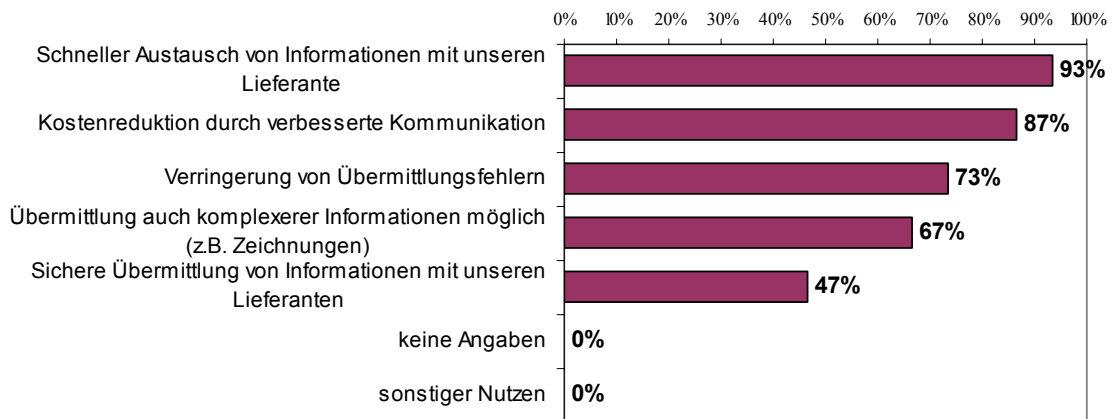
### Welche Vorteile haben sich durch die Einführung und Nutzung eines eigenen B2B-Portals ergeben?



### Welche Probleme bzw. Nachteile haben sich durch die Einführung und Nutzung eines eigenen B2B-Portals ergeben?



### Welche Vorteile erhoffen Sie sich durch die Einführung und Nutzung eines eigenen B2B-Portals?



### Welche Probleme bzw. Nachteile halten Sie von der Einführung und Nutzung eines eigenen B2B-Portals ab?

