



Besseres Lieferantenmanagement durch E-Procurement

Die digitale Transformation verändert vieles - Doch was verändert sich im Lieferantenmanagement?

 By Simple System

Last updated 13. Dezember 2020



Index

Die Hemmnisse bei der Einführung von E-Procurement

Auf schnelle Veränderungen reagieren

Fazit

Die digitale Beschaffung verändert den Einkauf nachhaltig und verlagert den Beschaffungsprozess zum Teil in die Abteilungen, in denen die Bedarfe entstehen. Welchen Einfluss hat diese digitale Transformation auf das Lieferantenmanagement?

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, brauchen Unternehmen neben einem guten Produkt und einer erfolgreichen Markenstrategie auch ein zuverlässiges Beschaffungswesen. Nur mit einem gut eingespielten und IT-gestützten Supply-Chain-Prozess können Unternehmen kosteneffizient die komplexen Anforderungen der Kunden und des Marktes erfüllen und eine erfolgreiche Einkaufsstrategie etablieren. Eine wichtige Voraussetzung dafür sind seit jeher gute Lieferantenbeziehungen. Meist sind die persönlichen Beziehungen zwischen Einkäufern und Lieferanten über viele Jahre gewachsen. Der Beschaffungsprozess erfolgt dann nach wie vor traditionell, zum Beispiel per Katalog, Telefon und Bedarfsanforderung und über die zentrale Abteilung Einkauf.

Die Hemmnisse bei der Einführung von E-Procurement

Diese erwähnten gewachsenen Netzwerke stellen oft ein großes Hindernis für die Umstellung auf einen digitalen Beschaffungsprozess dar. Denn neben der Angst vor möglichen hohen Investitionskosten, die ein solcher Digitalisierungsprozess mit sich bringt, gibt es oft auch Bedenken, dass die bestehenden Lieferantenbeziehungen aufs Spiel gesetzt werden. Doch woher kommt diese Angst?

Die Umstellung von analog auf digital geht mit der Einführung einer E-Procurement-Plattform einher. **Das führt zunächst einmal zu einer Vereinfachung des gesamten Bestellprozesses.** Wie in einem herkömmlichen Online-Shop können über eine einfach zu bedienende Nutzeroberfläche die entsprechenden Waren über alle Lieferanten hinweg gesucht und schnell und unkompliziert bestellt werden. So lässt sich das System von Mitarbeitern in den verschiedensten Unternehmensabteilungen ohne große Anleitung intuitiv nutzen.

Dass die Lieferanten als wertvolle Partner hinter dieser Nutzeroberfläche verschwinden könnten, erscheint ein berechtigter Einwand, wenn man von den großen B2B-Marktplätzen ausgeht. Denn diese treten tatsächlich selbst als Lieferanten auf und bieten das Portfolio an Verbrauchsgütern, das sie zusammengestellt haben. In diesem Fall besteht also tatsächlich keine Beziehung mehr zwischen Kunde und Lieferant, sondern nur noch zwischen Kunde und Plattform. Entsprechend schwierig ist es, über die großen Anbieter spezifische Artikel zu beziehen oder gar mit dem Wunsch-Lieferanten zusammenzuarbeiten.

Die großen Online-Beschaffungs-Marktplätze sind damit tendenziell auf kurzlebige Geschäftsbeziehungen ausgelegt. Denn langfristige Geschäftsbeziehungen und Netzwerke, innerhalb derer Kunden und Lieferanten erfolgreich zusammenarbeiten, vertragen sich nicht mit dem Geschäftsmodell von Amazon Business & Co. Dabei ist jedes Unternehmen, das Produkte entwickelt, produziert und vertreibt, auf verlässliche Partnerschaften angewiesen. In einem guten Netzwerk trägt das Know-How der Partner zum eigenen Erfolg bei – zum Teil sind sie sogar der Schlüssel zu Innovation.

Dieser Aspekt wird umso wichtiger, wenn man bedenkt, dass es bei der Beschaffung heute um weit mehr als reine Materialien geht. Durch die Auslagerung betriebsinterner Abläufe an Dritte werden mittlerweile auch Funktionen wie IT, Personalwesen, Logistik oder Rechtswesen eingekauft. Die Lieferantenbasis wird also immer breiter und letztendlich auch strategisch relevanter.

Auf schnelle Veränderungen reagieren

Wer heute schnell auf Veränderungen im Markt oder auf Konsumentenseite reagieren will, braucht einen soliden Lieferantenstamm, der einen agilen Einsatz von Waren und Dienstleistungen ermöglicht.

Moderne E-Procurement-Lösungen bieten hier klare Vorteile, denn sie bündeln die Waren und Dienstleistungen der führenden Lieferanten und ermöglichen im besten Fall auch die Einbindung eigener Inhouse-Kataloge. Hierbei konfiguriert das Unternehmen seinen eigenen, individuellen Katalog, den er auch selbst verwaltet. So können spezifische Artikel oder Dienstleistungen, die nicht durch das Sortiment der bereits angebotenen Systempartner abgedeckt sind, wie beispielsweise bei kleineren oder auch regionalen Anbietern, in einem kundenindividuellen Katalog zusammengeführt und den Benutzern für Bestellungen zur Verfügung gestellt werden. Bei manchen E-Procurement-Anbietern besteht auch die Möglichkeit, eigene Lieferanten mitzubringen, die nach der Überprüfung festgelegter Kriterien in den Lieferanten-Pool mit aufgenommen werden können.

Erst durch die Umstellung auf eine digitale Beschaffung wird das Lieferantenmanagement also zukunftsfähig. Plattformen unterstützen den Einkäufer dabei, den Lieferantenstamm zu prüfen und zu optimieren und natürlich einen Überblick über die Bestellungen zu behalten sowie Verfügbarkeiten und Lieferfähigkeiten anzuzeigen. Bei Bedarf kann die Funktionalität um weitere Tools erweitert werden. In Zukunft tragen Smart Analytics, Predictive Analytics oder Blockchain-Anwendungen zu einer noch besseren Transparenz und einer höheren Autonomie des Einkaufsprozesses bei. Innerhalb eines solchen selbstlernenden Systems gelingt zuverlässig der Austausch von Know-How in beide Richtungen. Somit wird der Lieferant als gleichgestellter Partner deutlich stärker in die Einkaufsstrategie eingebunden als dies früher denkbar war.

Fazit

Wer in seinem Geschäftsfeld innovativ und erfolgreich bleiben will, muss nicht nur seine Produktion vernetzen. Er muss sein Lieferantenmanagement ebenso zukunftsfähig machen, indem er seine Lieferanten als strategische Partner einbindet und damit sein Netzwerk stärkt. Dazu trägt E-Procurement wirksam bei. Wichtig ist nur auch hier die Auswahl des richtigen Partners, denn nicht jede Beschaffungsplattform lässt die Einbindung eigener Lieferanten zu.

Autor: Christian Obeser, Head of Product Management bei simple system

Effiziente Beschaffung neu gedacht: Vom ROI zum ROP (Return on Procurement) lautet das Motto von Christian Obeser. Als Head of Product Management von simple system unterstützt er Unternehmen bei der Digitalisierung ihrer Supply-Chain-Prozesse. Christian Obeser verfügt über 20 Jahre Berufserfahrung im Bereich E-Business und Beratung zur Prozessoptimierung in der indirekten Beschaffung.



simple system GmbH & Co. KG



Das Münchner Unternehmen simple system bietet eine Komplettlösung für die indirekte Beschaffung, um Einkaufsprozesse schneller, einfacher und effizienter zu machen. Als Herzstück fungiert eine E-Procurement-Plattform mit über 80 Mio. Artikeln und Dienstleistungen führender Lieferanten, die sich in jedes Warenwirtschafts- oder ERP-System integrieren lässt.

www.simplesystem.com