
eSourcing

Die Revolution im strategischen Einkauf

Eberhard Aust
Wolfe W. Diener
Peter Engelhardt
Oliver A. Lüth

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Abbildungsverzeichnis	3
Geleitwort von Lionel López	5
Vorwort der Autoren.....	7
1 ePurchasing bleibt einer der wichtigsten Hebel zur Steigerung des Unternehmenswertes.....	9
1.1 ePurchasing verringert Intransparenzen und Ineffizienzen auf Beschaffungsmärkten, innerhalb von Unternehmen und in der Lieferkette.....	11
1.2 ePurchasing- Werkzeuge im Überblick	13
1.3 eProcurement- Lösungen.....	14
1.3.1 Kataloglösungen	14
1.3.2 MRO- Marktplätze	15
1.3.3 Anbieter Kataloge & Online Shops.....	15
1.4 eSourcing Lösungen	16
1.4.1 Lieferantensuche.....	16
1.4.2 Strukturierte Lieferantenanfrage und -auswahl (eRFI)	16
1.4.3 Online Ausschreibungen (eRFQ)	17
1.4.4 Echtzeitausschreibungen/Online Auktionen	17
1.4.5 Online Konsortien.....	17
1.5 eSupplier Management Lösungen	18
1.5.1 Supply Chain Management.....	18
1.5.2 Supplier Collaboration.....	18
1.5.3 Supplier Development.....	19
1.6 Marktplätze, Börsen, Portale, Communities,	19
2 Bisher wurden ePurchasing Potentiale kaum erschlossen. Viele Gründe sprechen dafür, mit eSourcing Werkzeugen zu starten.....	21
2.1 Organisatorische Voraussetzungen (und Budgets) sind oft nicht vorhanden	21
2.2 eProcurement Systeme erfüllen oft nicht die Erwartungen, die Einführung dauert meist deutlich länger als geplant	23
2.3 eSourcing Ansätze werden oft zu niedrig priorisiert und unprofessionell umgesetzt.....	24
2.4 Supplier Management scheitert bislang häufig an fehlenden Standards bzw. deren Umsetzung	25
2.5 Viele Gründe sprechen dafür, bei ePurchasing Strategien mit der Einführung von eSourcing Tools zu beginnen.	25
3 Online Auktionen – mit Best Practice zum Erfolg	28
3.1 Grundprinzip und Zielsetzung	28
3.2 Erfolgskriterien und Anwendungsmöglichkeiten	32
3.3 Spielarten/Varianten.....	33
3.4 Best Practice Set-up und Strategien	35
3.5 Beispiele und Erfahrungen.....	40

4	RFQ and Collaborative Engineering Tools	45
4.1	RFI-/Anfragewerkzeuge	46
4.1.1	Grundprinzip und Erfolgskriterien	46
4.1.2	Wo steht die Industrie heute?	49
4.1.3	Best Practice Technologie	51
4.2	Ausschreibungswerkzeuge (RFQ-Tools)	54
4.2.1	Grundprinzip und Erfolgskriterien	54
4.2.2	Wo steht die Industrie heute?	59
4.2.3	Best Practice Technologie	63
4.3	Collaborative Engineering Tools	70
4.3.1	Grundprinzip und Erfolgskriterien	71
4.3.2	Wo steht die Industrie heute?	75
4.3.3	Best Practice Technologie	75
4.4	Anwendercommunities	76
4.4.1	Grundprinzip und Erfolgskriterien	77
4.4.2	Wo steht die Industrie heute?	80
4.4.3	Best Practice Technologie	81
5	Der Schlüssel zur zweiten Welle strategischer Effizienzgewinne liegt in Organisations- und Analyse-Werkzeugen der zweiten Generation	85
5.1	Mangelnde Transparenz bezüglich interner Prozesse und Strukturen führen zu Defiziten im Einkauf	85
5.2	Zahlreiche neue Web-basierte Werkzeuge unterstützen Gesamtprozesse mit vielen unternehmensinternen und -extern Beteiligten	86
5.2.1	Einkaufsorganisations-Cockpit	87
5.2.2	Einkaufsprüfung	93
5.2.3	Produkt-Markt-Informationsabgleich	102
5.2.4	Knowledge Management Materialwirtschaft	105
5.3	Die realisierten Profitabilitätssprünge resultieren aus signifikant gesteigerter Prozesseffizienz und deutlich besseren Ergebnissen – ein Praxisbeispiel aus der Konsumgüterindustrie	107
6	Best Practice Ansätze zur Implementierung von eSourcing Tools und Anbietersuche	110
6.1	Best Practice bei der Implementierung und Werkzeuganwendung ..	110
6.2	Best Practice Anbieter-Auswahl	117
Anhang 1	Feature List eSourcing Tools	123
A 1.1	Allgemeine Anforderungen an eSourcing Tools	123
A 1.2	Anforderungen an eRFI Tools	124
A 1.3	Anforderungen an eRFQ Tools	126
A 1.4	Anforderungen an Auktions-Tools	129
Anhang 2:	ePurchasing / eSourcing Glossar	133
Anhang 3:	Die Autoren	141
Anhang 4:	Index	142