

FHDW-Schriftenreihe

Band 6/2002

**Stefan Nieland,
Tim Landvoigt**

**Konzeption von
Supply-Chain-Management-Funktionen
für elektronische Marktplätze**

Shaker Verlag
Aachen 2003

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Nieland, Stefan; Landvoigt, Tim:

Konzeption von Supply-Chain-Management-Funktionen für elektronische
Marktplätze / Stefan Nieland, Tim Landvoigt.

Aachen : Shaker, 2003

(FHDW-Schriftenreihe ; Bd. 2002,6)

ISBN 3-8322-1098-9

Copyright Shaker Verlag 2003

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen
oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungs-
anlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-1098-9

ISSN 1610-1650

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Kurzfassung

Während der Ende der 80er Jahre eingeführte Electronic Data Interchange (EDI) wohl als erste Form des Business-to-Business e-Commerce bezeichnet werden kann, haben sich vor allem in den letzten zwei Jahren internet-basierte Integrationstechnologien in Form von elektronischen Portalen und Marktplätzen herausgebildet. „Pioniere“ im Bereich des e-Business, wie zum Beispiel die US-amerikanischen Software-Unternehmen Ariba oder Commerce One, vermarkteten ihre Vision von branchenweiten elektronischen Marktplätzen, die die Art und Weise, wie Firmen mit ihren Partnern und Kunden interagieren, vollständig revolutionieren würde. Die ersten Versuche, solche Marktplätze zu etablieren, führten allerdings nicht durchgängig zum erwarteten Erfolg, da sich die angebotenen Leistungen der meisten elektronischen Branchen-Marktplätze auf den Handel von „commodities“ (engl. für „Handels-, Massenware“) und auf dynamische Preisfindungsmechanismen wie zum Beispiel Auktionen konzentrieren, aber nicht für die Durchführung komplexer kollaborativer Prozesse geeignet sind. Um dennoch die technologischen Möglichkeiten des Internet zur Umsetzung ihrer SCM-Strategien auszuschöpfen, haben viele größere Unternehmen bereits private Firmenportale aufgebaut, die als hauptsächliche Kommunikationsplattform des Unternehmens mit Kunden und Partnern fungieren sollen. Diese Portale, die sich oft noch auf reine Einkaufs- und/oder Verkaufsanwendungen beschränken, werden gewöhnlich auch als private elektronische Marktplätze, oder im englischen Sprachraum als „Private Trading Exchanges“ bezeichnet.

Die in Walldorf, Baden-Württemberg beheimatete SAP AG ist weltweiter Marktführer im Bereich von ERP-Systemen und hat im Laufe der letzten Jahre das angebotene Produktportfolio umgehend erneuert, um den Kundenforderungen nach betriebsgrenzen-übergreifenden Geschäftsprozessen gerecht zu werden. SAP Markets Inc. ist eine in Palo Alto, Kalifornien befindliche Tochterunternehmung der SAP AG, und konzentriert alle Aktivitäten des Konzerns im Bereich der elektronischen Marktplätze. Diese Untersuchung wurde in Zusammenarbeit mit SAP Markets und dem SAP Labs „eBusiness Solution Development“ durchgeführt, um auf konzeptioneller Ebene zu erarbeiten, wie Firmen ihre Beschaffungsoperationen im Rahmen eines Private Trading Exchanges verwalten können. Der Fokus der Überlegungen wurde dabei eher auf den operativen Teil des Beschaffungsprozesses gelegt, und wie dieser durch Einsatz von Marktplatzlösungen effizienter gestaltet werden kann. Die notwendigen strategischen Grundlagen werden jedoch ebenfalls erläutert.

Um die notwendigen Bestandteile einer Marktplatzlösung zur Durchführung von SCM-Aktivitäten zu konzipieren, werden

- zunächst die betriebswirtschaftlichen Ziele und Funktionen der einzelnen Schritte des Beschaffungsprozesses anhand des Supply Chain Operations Reference (SCOR) Modells aufgezeigt und
- daraufhin die Konzeption einer Standard-Software für SCM-Marktplätze erstellt.

In Kapitel 2 werden Grundlagen in den Bereichen SCM und Beschaffung vermittelt.

Kapitel 3 befasst sich mit den „Best Practices“ (engl. für „beste bekannte Verfahren“) des bereits erwähnten SCOR-Modells mit Schwerpunkt auf beschaffungsrelevanten Teilprozessen.

Kapitel 4 befasst sich mit der Konzeption einer Standard-Lösung für SCM-Marktplätze und besteht aus zwei wesentlichen Teilen. Im ersten Teil wird basierend auf den Erkenntnissen aus Kapitel 3 die Gesamtarchitektur der vorgeschlagenen Lösung vorgestellt. Im zweiten Teil wird speziell auf die Supply-Chain-Management-Funktionen der SCM-Marktplatzlösung eingegangen.

Kapitel 5 beschreibt die Merkmale der durchgeführten Konzeption in komprimierter Form und nennt außerdem die verschiedenen Aspekte der Thematik, die im Rahmen dieser Arbeit nicht aufgegriffen werden konnten.