



Titel: Benchmark zu Online-Shops und digitalen Marktplätzen in der Beschaffung

Klassischer Einkauf

Digitaler Marktplatz

Online-Shop

Aufgabenstellung/Zielsetzung:

Im Zuge der Digitalisierung gab es auch im B2B-Einkauf einige Veränderungen und es entstanden neue Einkaufsmöglichkeiten. Zwei dieser neuen Beschaffungsvarianten sind der digitale Marktplatz und der Online-Shop. Diese beiden Einkaufsmöglichkeiten, sowie der klassische Einkauf als zusätzlicher Vergleich, sollen dem Leser in dieser Arbeit nähergebracht werden. Ziel dabei ist es, dem Leser anhand verschiedener Kriterien diese Einkaufsvarianten vorzustellen und die unterschiedlichen, in der Praxis vorhandenen Einkaufsvarianten anhand von Kriterien zu vergleichen, um deren einzelne Stärken aber auch Schwächen zu identifizieren. Die Vor- und Nachteile der Einkaufsmöglichkeiten werden dabei anhand der Warenbereiche Elektronikartikel, Büroartikel und der Baubranche erläutert. Des Weiteren soll dem Leser ein Leitfaden nähergebracht werden, mit welchem, unter Zuhilfenahme der verschiedenen Kriterien, die sinnvollste Beschaffungsvariante für einen bestimmten Fall aus den drei vorgestellten Möglichkeiten ausgewählt werden kann.

Vorgehensweise:

Nachdem zu Beginn zum Thema hingeführt, die Zielsetzung erläutert und der Aufbau der Arbeit aufgezeigt wird, werden die beiden Einkaufsvarianten digitaler Marktplatz und Online-Shop definiert, veranschaulicht sowie deren Aufbau und die Funktionsweise näher betrachtet. Anschließend werden die Einkaufsmöglichkeiten klassischer Einkauf, digitaler Marktplatz und Online-Shop anhand der vorher bestimmten Kriterien verglichen, wobei zunächst dargestellt wird, warum die einzelnen Kriterien ausgewählt wurden. Bevor zum Abschluss ein Fazit gezogen wird, werden noch zwei Fallbeispiele genauer betrachtet, in welchen anhand der vorab dargestellten Kriterien analysiert wird, welche Einkaufsmöglichkeit in diesem speziellen Fall die richtige Wahl wäre.

Ergebnisse:

Der Vergleich dieser verschiedenen Einkaufsmöglichkeiten liefert das Ergebnis, dass sich die beiden Varianten digitaler Marktplatz und Online-Shop in vielen Bereichen stark ähneln. Die Stärken liegen vor allem in den niedrigeren Prozesskosten, dem einfacheren Prozessablauf sowie im deutlich geringeren Zeitaufwand. Dass nicht alle Warengruppen angeboten werden können und vor allem vorwiegend C-Teile angeboten werden sind die großen Schwächen dieser beiden Varianten. Zusätzlich zur guten Informationsvermittlung sind diese Schwächen hingegen die große Stärke der klassischen Einkaufsmöglichkeit. Dies erklärt sich damit, dass keine Einschränkungen bezüglich Warengruppen bestehen und alle Waren angeboten werden können. Die hohen Kosten und der lang dauernde und kompliziertere Einkaufsprozess sind hingegen die Schwächen dieser Einkaufsvariante. Letztendlich kommt man zum Ergebnis, dass alle vorgestellten Einkaufsmöglichkeiten einige Vorteile, aber auch Nachteile mit sich bringen. Dies hat zur Folge, dass keine Möglichkeit von vornherein als die Beste festgesetzt werden kann und die richtige Möglichkeit immer situationsabhängig gewählt werden sollte, was durch die beiden dargestellten Fallbeispiele nochmals unterstrichen wurde. Am sinnvollsten ist es somit eine Kombination aller Varianten zu wählen, um die einzelnen Vorteile zu nutzen und Nachteile minimieren zu können.

Klassischer Einkauf	Digitaler Marktplatz	Online-Shop
+ Informationsvermittlung	+ Prozesskosten	+ Prozesskosten
+ Warenangebot	+ Prozessablauf/ Zeitaufwand	+ Prozessablauf/ Zeitaufwand
- Kosten	+ Bündelungsmöglichkeiten	- Warenangebot
- Prozessablauf/ Zeitaufwand	- Warenangebot	
	- Informationsvermittlung	