„Die unternehmerische Entscheidung“ – Moderne Medienbeschaffung und -verwaltung spart Prozesskosten und schafft Transparenz

Die ausgezeichnete Situation der IKB innerhalb der deutschen Bankenlandschaft beruht neben einer klaren Ausrichtung auf mittelständische Unternehmen unter anderem auch auf einer schlüssigen Analyse und Anpassung der eigenen Geschäftsprozesse. Im Zuge derer hat die IKB auch ein Monitoring der Beschaffungskosten durchgeführt. Die dabei ermittelten Optimierungspotenziale waren Anlass für eine Neustrukturierung des Beschaffungswesens und für die Einführung eines Konzerneinkaufs als zentrale Organisationseinheit. Ziel des Konzerneinkaufs ist es, die Sach- und Beschaffungskosten zu senken sowie die Beschaffungsvorgänge zu vereinheitlichen und zu standardisieren. Darüber hinaus sollten vorhandene Marktpotenziale besser ausgeschöpft und Synergieeffekte genutzt werden. Der operative Einkauf ist im Gegensatz zu den meisten deutschen Banken bei der IKB dezentral organisiert. Mit der Einführung von zentralen, deutschlandweit gültigen Einkaufsrichtlinien im November 2003 hat die IKB einen transparenten und revisionssicheren Beschaffungsstandard für ein Volumen von rund 65 Millionen Euro geschaffen.

Neue Wertschöpfungspotenziale nutzen

Die neuen Einkaufsrichtlinien werden seit Januar 2004 weitgehend über den so genannten IKB-Shop umgesetzt. Technisch basiert der Shop auf der Beschaffungslösung mySAP Supplier Relationship Management (mySAP SRM) 5.0 und der Katalogsoftware SAP CCM (Catalog- and Contentmanagement) 2.0. Zum IKB-Shop gehören diverse Kataloge für Büromaterial und -technik, Hard- und Software sowie Dienstleistungen wie IT-Beratung, Rechtsberatung oder Unternehmensberatung. Ebenso sollte die Medienbeschaffung in den IKB-Shop integriert werden, um auch diese durchgängig elektronisch abzubilden. Aus Sicht des IKB-Konzerneinkaufs sind alle Medien – wie Bücher, Tageszeitungen, Zeitschriften, Loseblattlieferungen, Online-Dokumente und CD-ROM-Datenbanken – vergleichbar mit C-Artikeln. Bei ihnen übersteigen die administrativen Kosten leicht den Warenwert. Eine effiziente Gestaltung des Beschaffungsvorgangs ist daher geboten. Bislang wurden alle Medien meist noch per E-Mail, Fax oder Telefon vom Bedarfsträger direkt bestellt. Dies machte es unmöglich, einen Überblick über die getätigten Bestellungen, die im Haus vorhandenen Bücher, die laufenden Bestände an Abonnements sowie die daraus entstehenden Kosten zu haben. „Vor diesem Hintergrund wollten wir auch eine moderne Medienbeschaffung und -verwaltung über unseren IKB-Shop effizient abbilden und neue Wertschöpfungspotenziale nutzen. Bei der Auswahl des Lieferanten haben wir uns für VUB Printmedia entschieden. Der Anbieter hat uns ein schlüssiges Konzept

präsentiert, bietet einen funktionalen externen Webshop und hat uns durch sein Buchhandels-Know-how sowie seine Referenzen überzeugt“, so Jan-Eike Schumacher, Leiter Konzerneinkauf, IKB Deutsche Industriebank AG.

Leichtes Spiel für Bedarfsträger

Nachdem der IKB-Shop im Januar 2004 erfolgreich startete, setzte ein Projektteam die Beschaffung von Medien über den IKB-Shop um. In nur vier Wochen wurde der externe Webshop von VUB Printmedia an den IKB-Shop angebunden. Der Webshop ist über die standardisierte Schnittstelle SAP Open Catalog Interface (OCI) an mySAP SRM angebunden und entspricht den hohen Sicherheitsanforderungen im Bankwesen. Für die Anbindung entstanden der IKB keine Implementierungskosten. Den Bedarfsträgern der IKB stehen nun fünf Kataloge mit über vier Millionen Einträgen zur Verfügung – das komplette Angebot von Buch- und Zeitschriftenverlagen, Anbietern von Onlinedatenbanken wie Handelsregistern und Tageszeitungsarchiven. Da der Bedarfsträger selbst sucht und bestellt, benötigt er umfassende und detaillierte Informationen über die bestellte Ware. In den auf die IKB zusammengestellten Katalogen dienen ihm Verfasser, Titel, Ort, Verlag und Jahr zur Identifikation des gesuchten Produkts und erleichtern ihm die Arbeit. Entscheidungshilfe leisten Zusatzinformationen wie ein Inhaltsverzeichnis oder der Klappentext. Die Qualität der Kataloge, deren Vollständigkeit sowie deren Umfang sind somit entscheidende Faktoren, denn sie tragen zur Mitverantwortung in den Fachabteilungen bei. Der Bedarfsträger hat einen optimalen Überblick, denn die Anpassung der Benutzeroberfläche an firmeneigene Standards schafft größtmögliche Transparenz. Dazu wurde die grafische Oberfläche des Gesamtkatalogs mit Logo, Layout, Farben und Text an das Unternehmens-Design der IKB angepasst. Im optimalen Fall nimmt der jeweilige Bedarfsträger gar nicht wahr, dass er von seiner gewohnten Beschaffungsumgebung auf die externe Beschaffungsplattform wechselt.

Single Sourcing für Medien

Der Konzerneinkauf hat einen Rahmenvertrag mit VUB Printmedia und kann sich nun auf die Lieferantenbewertung und Nachverhandlungen konzentrieren. Durch das Single Sourcing bezieht die IKB nun sämtliche Medien von einem Lieferanten. Die Bank bezieht über die E-Procurement-Lösung weit über eintausend Bücher, Zeitungen- und Zeitschriftenabonnements und Loseblattsammlungen mit ständig steigender Tendenz. Durch die Buchpreisbindung in Deutschland konnte der Konzerneinkauf durch die Wahl des Lieferanten keinen Preisvorteil erzielen. Eine deutliche Kostensenkung konnte vielmehr durch die schlanken und elektronisch abgebildeten Prozesse bei der Medienbeschaffung erreicht werden. Durch den automatisch abgebildeten Prozess ist auch der Ausschluss des so genannten Maverick Buying garantiert. Die Lösung bietet

aber für alle am Beschaffungsprozess Beteiligten erhebliche Vorteile und wurde von allen gut angenommen. „Bislang waren die Interessen des Konzerneinkaufs, der Fachabteilungen und vor allem der Bedarfsträger oft gegenläufig. Wir konnten oder wollten den Bedarfsträgern ihre Kaufentscheidungen nicht abnehmen, benötigen aber Instrumente für die Steuerung der Beschaffungsprozesse sowie der Kostenkontrolle, insbesondere bei den Abonnementbeständen. Jetzt haben wir den nötigen Überblick und können gegebenenfalls lenkend eingreifen", erläutert Jan-Eike Schumacher. So finden beispielsweise die Bedarfsträger in den umfassenden und aktuellen Katalogen alle Informationen, die sie für die Auswahl der gesuchten Medien benötigen. Die operativen Einkäufer aus der IKB-eigenen Bibliothek wissen insbesondere den Service und das Know-how des aus dem Buchhandelsgeschäft stammmenden Dienstleisters zu schätzen. Das Controlling findet in den Reportingfunktionen des Shops das unternehmensweite Budget und deren Verteilung über die Bedarfsträger. Außerdem gewährleistet die Lösung eine prozessuale Sicherheit im Rahmen der Verbuchung mit Kostenarten und Kostenstellen sowie eine vereinfachte Kreditorenbuchhaltung. „Auch im Nachhinein würden wir uns wieder für eine moderne Medienbeschaffung entscheiden. Wir sparen heute erhebliche Prozesskosten ein und haben Transparenz geschaffen. Insofern war es eine unternehmerische Entscheidung“, so der Konzerneinkaufsleiter.

Der Kunde

Die IKB Deutsche Industriebank ist die führende Spezialbank für langfristige Unternehmensfinanzierung in Deutschland. Zielgruppe sind der innovative und wachstumsstarke Mittelstand, gewerbliche Immobilieninvestoren sowie ausländische Unternehmen und Projektpartner. Mit einer Bilanzsumme von 43 Mrd. € und 1.557 Mitarbeitern an 12 nationalen und internationalen Standorten besitzt die Bank selbst mittelständische Strukturen. Die IKB ist im MDAX gelistet. Größter Aktionär ist mit 38 % die KfW Bankengruppe, mit der die IKB eine strategische Partnerschaft verbindet.

Kasten:

VUB Printmedia

VUB Printmedia ist ein führender Konzept- und Systemanbieter für die elektronische Beschaffung und Verwaltung von Medien, Literatur und Verlagsprodukten für Unternehmen, öffentliche Einrichtungen und Freiberufler. Das 4,2 Millionen Titel umfassende Sortiment reicht von Büchern über Tageszeitungen, Zeitschriften, Loseblattlieferungen und Online-Dokumenten bis zu CD-ROM-Datenbanken. Im Durchschnitt liefert VUB Printmedia seinen rund 3.800 Kunden rund 400.000 Bücher und Abonnements. Das Unternehmen ist aus einer 1845 gegründeten Verlagsbuchhandlung hervorgegangen, hat seinen Hauptsitz in Köln und verfügt über

Niederlassungen in Berlin, Bonn, Dresden und Leipzig. VUB Printmedia beschäftigt derzeit rund 140 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2005 einen Umsatz in Höhe von 23 Millionen Euro.

Der Autor Dr. Christian Preuss Neudorf ist Geschäftsführer der VUB Printmedia GmbH.

Zeichen (mit Leerzeichen): 8.505