

SRM on demand: Zeit für strategischen Einkauf

Marc Voland sprach mit Raimund Schlotmann, Geschäftsführer der Stuttgarter Onventis GmbH, über IT-Einführungsprojekte, den Nutzen von Supplier Relationship Management (SRM) und Software, die im on demand Modus über das Internet bezogen wird.

Herr Schlotmann, lohnen sich SRM-Projekte?

Oh, ja. Mit einer SRM-Lösung lassen sich enorme Aufwände einsparen. Unternehmen können bis zu 70 Prozent ihres bisherigen Prozessaufwands reduzieren. Es ist aber nicht nur eine Frage der Prozesskostenminimierung: Die Beschaffungsvorgänge werden systematischer und transparenter, die Qualität und Wiederholbarkeit steigt, die Fehlerraten sinken. Durch den strukturierten Wettbewerb sinken die Materialkosten. Mitarbeiter werden entlastet und können sich um wichtigere, strategische Aufgaben kümmern, z.B. um die Auswahl neuer Lieferanten. Das ist das Raffinierte an einer SRM-Lösung: Man optimiert mit einer Anwendung seine Prozesse und kann mit dem gleichen Tool die eingesparten Ressourcen gewinnbringender einsetzen.

Woran können SRM-Projekte scheitern?

Oft ist das individuelle Ziel, das ein Unternehmen verfolgt, nicht klar genug erarbeitet. Werden Prozesse verändert, entstehen die klassischen Change-Management-Probleme. Mitarbeiter müssen von Gewohntem Abstand nehmen. Ein wichtiger Punkt ist auch die Lieferantenintegration, also die Einbindung der Lieferanten in die eigenen Beschaffungsprozesse. Nur so wird die volle Kraft von SRM wirksam. Gerade Mittelständler sind damit oft überfordert. Die on-demand-Bereitstellung bringt die Anbindung der Lieferanten als Service mit. Auch das macht SRM so passend für den on-demand-Modus.

Vor allem mittelständische Unternehmen scheuen langwierige Einführungsprojekte.

Ein Problem. Klassische, lokal installierte Software benötigt meistens mehr als acht Monate bis sie läuft. Es gilt, die Infrastruktur an das neue System anzupassen, die Beschaffungsprozesse wollen sauber abgebildet sein und die Software muss installiert werden. Später kommen noch Pflege, Wartung und Release-Wechsel dazu. In der Tat: Vor allem Mittelständler müssen die Vorteile einer neuen Software möglichst schnell nutzen können und wollen nicht lange auf einen Return on Investment warten.

Das gilt für fast jede Einführung.

Richtig. Das ist aber auch der Grund, warum Firmen - auch große Konzerne - sich zunehmend für die Alternative Software on demand interessieren. Die Software kommt bei diesem Modell über das Internet wie Strom aus der Steckdose. Software wird zur Dienstleistung, der Anbieter übernimmt die gesamte Verantwortung für Software und Bereitstellung. Da die Applikation als Standard mit hoher Flexibilität über eine speziell für diese Bereitstellungsart entwickelte Technologie freigeschaltet wird, entfallen die hohen Installations- und Customizing-Aufwände. Problemlos können auch Schnittstellen zu SAP eingerichtet werden, so dass die Vorgänge rund um die Beschaffung automatisch im Warenwirtschaftssystem erfasst wer-

den. Außerdem gibt es bei einer on-demand-Lösung nur eine Schnittstelle pro Lieferant und Kunde. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Gründe, die gegen eine Software-Einführung sprechen sollten, fallen sofort weg. Das Risiko ist gering.

On demand funktioniert? Vor vier oder fünf Jahren führte ASP (Application Service Providing) noch in die Sackgasse.

Die ersten Anbieter machten den Fehler, dass sie ihre Software nicht für diese Zwecke gebaut hatten. Sie waren nicht in der Lage, eine hohe Anzahl an Kunden gleichzeitig zu bedienen. Das war Application Hosting, mehr nicht. Das Erfolgsrezept besteht darin, die Anwendung und die Technologie eigens für diese Art der Bereitstellung zu entwickeln. On demand ist die voll funktionsfähige Fortführung von ASP, die die Applikation und nicht das Hosting in den Vordergrund stellt. Die hohe Nachfrage von Unternehmen nach diesem Modell sprechen für sich. Agip, Deichmann, Mineralbrunnen oder der mittelständische Maschinenbauer Reifenhäuser setzen bereits SRM on demand ein. Reifenhäuser beispielsweise spart mit einer solchen Lösung beim elektronischen Einkauf rund 50 Prozent der bisher aufgewendeten Zeit. Ergo: Bei der Bereitstellung von Software vollzieht sich ein Paradigmenwechsel. Gerade für den Mittelstand bedeutet dies den Zugang zu professioneller Software, deren betriebsinterne Installation nie einen ROI ergeben könnte.