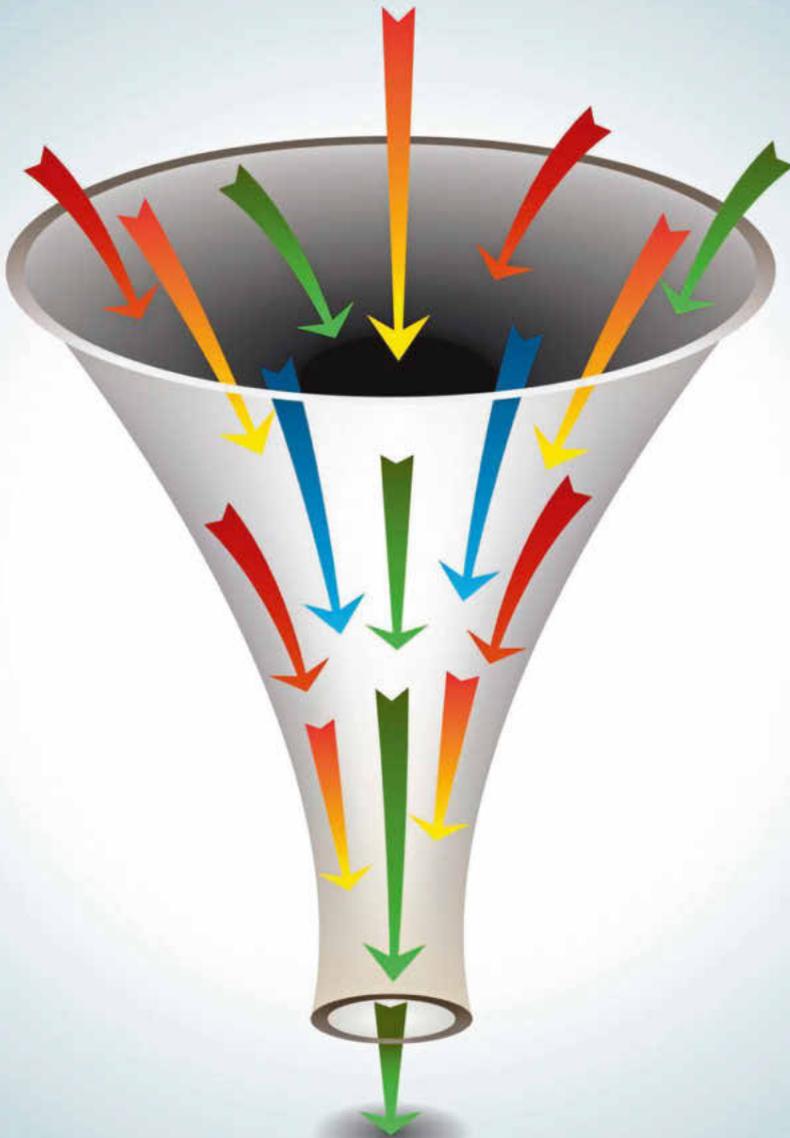


Vergleichbarkeit und Transparenz im indirekten Einkauf

Eine Nummer für denselben Artikel aus verschiedenen Katalogen

Das Einkaufssystem steht, Marktplätze, Anbieter und Kataloge sind eingepflegt. Doch irgendwie fühlen sich die Kollegen überfordert. Wie wäre es, wenn man die Daten aus sämtlichen Katalogen der Lieferanten auslesen und systematisieren könnte. Derselbe Artikel von Bestands-, Alternativlieferanten und Marktplätzen wird erkannt, verglichen und zusammengefasst.



Erinnern Sie sich noch? Lautstark prä-sentierte sich das Kölner Start-up Crowdfocx, das vorher als B2C-Online-Einkaufsclub positioniert hatte, nun als B2B-Echtzeit-Preisvergleichsplattform auf den BME-E-Lösungstagen 2018. Man warb mit Einsparungen aufgrund des günstigsten Preises. Dabei setzte man auf einen eigenen Marktplatz, als Konkurrent zu Amazon, die damals auch das B2B-Geschäft (Amazon Business) für sich entdeckt hatten.

Seit Längerem war es leise um Crowdfocx geworden. Man hatte den Eindruck, dass es den Weg vieler junger Unternehmen im großen Start-up-Nirwana gegangen sei. Aber auf den diesjährigen E-Lösungstagen wurde man vom Gegenteil überzeugt: Crowdfocx gibt es noch. Allerdings mit neuem Team und neuer Geschäftsidee. Man hat sich von der Marktplatzidee getrennt und sich auf seine Kernkompetenz fokussiert: das Matching von Produktdaten aus verschiedenen Systemen und Katalogen.

Artikel finden und vergleichen

Das Problem bei vielen SRM-Systemen – egal, ob BeNeering, Coupa, Jaggaer, SAP Ariba, Wescale oder eines der vielen weiteren Systeme – ist, dass man nicht immer schnell das beste Ergebnis findet. Der Grund dafür sieht Crowdfocx in den vielen Katalogen, auf die das Programm im Hintergrund zugreift. Da die nicht zusammengeführt sind, erhält man viele Einzelergebnisse, aber nicht die relevanten

Bild: John Takai/stock.adobe.com

Geschäftsführer Dirk Schäfer erklärt das UTIN-System von Crowdfocx: „Wir lesen im Hintergrund alle Kataloge ein und fassen die Ergebnisse in einem Gesamtkatalog zusammen.“

zuerst. Zudem werden oft Duplikate angezeigt, was die Auswahl enorm erschwert und unübersichtlich macht. Zudem führt die geringe Transparenz dazu, dass die Konditionen gleicher Artikel nicht auf einen Blick verglichen werden können und User nicht den Artikel mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis erkennen können.

Die Crowdfoc-Matching-Technologie will hier Abhilfe schaffen. Sie weist jedem Artikel eine Unique Trade Item Number (UTIN) zu. So kann derselbe Artikel bei unterschiedlichen Anbietern erkannt, verglichen und zusammengefasst werden.

Hierbei werden jegliche Daten aus Lieferantenkatalogen konsolidiert und eine Art Meta-Artikel geschaffen. Das beste Ergebnis wird dann als Spywalks für das SRM zur Verfügung gestellt. Über einen Klick werden dann alle Angebote des gesuchten Artikels für den User angezeigt. Dabei können die User bis zu 80 Prozent Suchzeit sparen, sogar die Einkaufspreise bessern. Außerdem ist diese Matching-Technologie vom System unabhängig und kann weltweit eingesetzt werden.

Geschäftsführer Dirk Schäfer erklärt das UTIN-System folgendermaßen: „Mit herkömmlichen Verfahren dauert es sehr lan-

ge, die Kataloge aller Lieferanten zu durchsuchen und Treffer ergeben sich oft zufällig. Wir machen das anders: Wir lesen im Hintergrund alle Kataloge ein und fassen die Ergebnisse in einem Gesamtkatalog zusammen. Großkunden haben in der Regel Beschaffungs- und Supply-Chain-Software im Einsatz, wie SAP Ariba oder Beneering. Crowdfoc optimiert das genutzte SRM-System und steigert hierdurch sowohl die Nutzerfreundlichkeit als auch die Prozesseffizienz. Dabei wird die Lösung einfach in das SRM-System ohne Änderungen in der IT integriert.“ (sas)



„Unsere UTIN-Matching-Technologie ist der Grundstein“



Bild: Crowdfoc

Dirk Schäfer, CEO, Crowdfoc

Was ist aus dem CROWDFOX-Marktplatz geworden?

Dirk Schäfer: Anfang 2022 wurde der Entschluss gefasst die offenen B2C- sowie B2B-Marktplätze abzuschalten und damit einhergehend keine eigenen Lieferanten mehr zu listen. Crowdfoc wurde 2014 als B2C-Marktplatz gegründet und kurz darauf um einen offenen B2B-Marktplatz erweitert. Beide Marktplätze basierten auf der eigens entwickelten, einzigartigen UTIN-Matching-Technologie, die auch den Grundstein für den jetzigen Geschäftsfokus, die Crowdfoc Professional Lösung, legt. Es hat sich schnell

herausgestellt, dass die Technologie deutlich zielgerichteter für die Beschaffung von C-Teilen genutzt werden kann und dem indirekten Einkauf neue Perspektiven eröffnet: SRM-Systeme werden optimiert und Beschaffungsprozesse automatisiert sowie digitalisiert. Mit einem Marktplatz, wie man ihn kennt, hat die Softwarelösung nichts gemein. Folglich hatten die offenen Marktplätze keine Gewichtung mehr und wurden abgeschaltet. Dies war ein entscheidender Schritt und erlaubt die vollständige Konzentration auf die B2B-Lösung sowie dessen Internationalisierung. Eine Einbindung der Angebote gängiger Marktplatzanbieter in das UTIN-Matching ist selbstverständlich jederzeit möglich.

Sie sagen, dass Ihre Lösung in das SRM-System ohne Änderungen integriert wird. Was heißt das konkret für den Anwender?

Für Anwender bedeutet die Integration keine Änderung an ihren bisherigen Workflows. Sie arbeiten nach wie vor in der gewohnten Umgebung ihres SRM-Systems, Unternehmensrestrik-

tionen, Freigabe- sowie Kauf- und Rechnungsprozesse bleiben dabei unangetastet. Die Integration nehmen Anwender bestenfalls bei der Suche und Auswahl ihrer Bedarfsartikel wahr, da durch die Softwarelösung die Suche sowie Auswahl deutlich nutzerfreundlicher, übersichtlicher und schneller werden, was im transparent gewordenen Wettbewerb auch Preisverbesserungen mit sich bringt. Anwender gewinnen hierdurch mehr Zeit im Tagesgeschäft sowie einen besseren Überblick über Preise, Lieferzeiten und auch Verfügbarkeiten.

Welchen Mehrwert können Sie Unternehmen im Hinblick auf Nachhaltigkeit bieten?

Mit Crowdfoc Professional werden Anwender demnächst die Möglichkeit haben, Artikel gemäß ihrem CO₂-Footprint auszuwählen. Zusätzlich weist Crowdfoc Professional, basierend auf den Artikeln im Warenkorb, bei der Auswahl weiterer Artikel auf Ergebnisse desselben Lieferanten hin. Bestellungen können so gebündelt werden und Verpackungen sowie Transportweg gespart werden.