

21.11.2001 - 08:56 Uhr

## Weltgrösster privater Marktplatz mit Unterstützung von A.T.Kearney etabliert

Düsseldorf (ots) -

Volkswagen im Internet mit revolutionärem Vorgehen erfolgreich

Realisierte Einsparungen übertreffen hochgesteckte Erwartungen und erleichtern Zulieferern den Zugang zum VW-Marktplatz. Der Erfolg des Lieferanten-Marktplatzes VW Group Supply.com ist nach Ansicht der Unternehmensberatung A.T. Kearney vor allem auf die pragmatische, ausschliesslich nutzenorientierte Vorgehensweise bei der Implementierung und dem damit ermöglichten Verzicht auf Gebühren zurückzuführen.

Aus den Schlagzeilen ist das Thema "elektronische Marktplätze" fast verschwunden. In den Unternehmen der Automobilindustrie ist es aktueller denn je - im Sinne der pragmatischen Einsatzmöglichkeiten, die internetbasierte Anwendungen überall da bieten, wo Mitarbeiter in den operativen Kernfunktionen wie Entwicklung, Einkauf, Produktion, Logistik und Vertrieb über Firmengrenzen hinweg zusammenarbeiten.

Bestes Beispiel hierfür ist der private Marktplatz VW Group Supply.com des Volkswagen-Konzerns, der am 20. November 2001 in Wolfsburg vorgestellt wurde. Die Unternehmensberatung A.T. Kearney, Marktführer im Bereich umsetzungsgetriebener e-Business- und Marktplatzprojekte, war in diesem Projekt als einer der strategischen Partner von VW verantwortlich für die Konzipierung des Marktplatzes, die Neugestaltung der Prozesse und die Begleitung der weltweiten Einführung der Marktplatz-funktionalitäten.

"Neue Wege wurden im Einsatz einer extrem pragmatischen Implementierungslogik beschritten", sagt Dr. Bernhard Rieder, Leiter der Technologie-Practice bei A.T. Kearney und verantwortlich für das Projekt.

Dabei galt: Jedes der einzelnen Projekte musste innerhalb kürzester Zeit den Nachweis erbringen, die ehrgeizigen finanziellen Zielvorgaben zu erfüllen. "Die pragmatische und prozessorientierte Vorgehensweise hat uns geholfen, dass wir mit dem Rücklauf für die getätigten Investitionen bereits über dem Break-Even sind," erläutert Francisco J. Garcia Sanz, Vorstand für Konzernbeschaffung die Implementierungsstrategie.

"Dies ist ein wesentlicher Vorteil von Internet-Anwendungen, der noch viel zu wenig gesehen wird", sagt Rieder. Durch die vergleichsweise geringere Integrationskomplexität ist ein viel pragmatischeres, nutzenorientiertes Vorgehen möglich. "Alles, was nach sechs Monaten nicht eindeutig nachweisbaren finanziellen Nutzen bringt, wird auf Eis gelegt."

Daher war der Fokus nicht auf Technologien, sondern auf Prozesse und Mitarbeiterbefähigung. "Uns war von Anfang an klar: das Gold liegt in den Prozessen", so Dr. Jens Neumann, Vorstand für Recht, Treasury, Organisation und Konzernstrategie. Die strategische Entscheidung für den B2B-Marktplatz macht die internen und externen Abläufe und Geschäftsprozesse wesentlich schneller und präziser.

Damit waren besondere Anforderungen an den Berater verknüpft. Klaus Semmler, verantwortlich für den Einkauf von Betriebsmitteln, Anlagen und Dienstleistungen im Volkswagen Konzern: "Wir brauchten ganz einfach Berater, die ihre Konzepte auch umsetzen können. A.T. Kearney hat in enger Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitern die Marktplatzeinführung vorangetrieben. Ohne ihre Unterstützung wären

wir heute nicht so weit."

Im Vergleich mit den beiden grossen öffentlichen Marktplätzen in der Automobilindustrie, Covisint mit den Partnern Ford, General Motors, DaimlerChrysler, Renault, Nissan und PSA, sowie SupplyOn, unterstützt von grossen Kfz-Zulieferern wie Bosch und Continental, wird mit dem Start des Volkswagen-Marktplatzes ein neues Kapitel aufgeschlagen.

Interessant sind hier vor allem die Unterschiede in den Geschäftsmodellen: Während Covisint und SupplyOn als öffentliche Marktplätze ihr Leistungsspektrum an Software-Funktionalitäten und Dienstleistungen über Transaktionsgebühren abrechnen, finanziert sich VW Group Supply.com direkt aus den Einsparungen, die aus schnelleren und kostengünstigeren Prozessen resultieren.

"Bislang hat sich das über Transaktionsgebühren finanzierte Geschäftsmodell für öffentliche Marktplätze nicht durchgesetzt", so F. Nikolaus Soellner, Leiter der globalen Operations-Practice bei A.T. Kearney. Die an Materialpreisen orientierten, prozentual erhobenen Transaktionsgebühren beispielsweise für e-Procurement-Anwendungen stellen eine massive Hürde für die Akzeptanz dieser Marktplätze insbesondere bei der Kfz-Zulieferindustrie dar. Dieses Problem stellt sich für den Volkswagen-Marktplatz nicht: Dort ist die Beteiligung für Lieferanten grundsätzlich gebührenfrei.

A.T. Kearney ( [www.atkearney.com](http://www.atkearney.com))ist das implementierungsstärkste internationale Top-Management-Beratungsunternehmen.

Mit dem gesamten Spektrum strategischer und operativer Beratung bereitet A.T. Kearney seine Kunden auf die neuen Herausforderungen technologische Innovation, Globalisierung und E-Business vor. Mit seinem Tochterunternehmen eBreviate verfügt A.T. Kearney über eigene Marktplatztools. Damit sichert A.T. Kearney den Erfolg vom Konzept bis zur Realisierung ab.

Zu den Kunden zählen internationale und nationale Unternehmen aller Wirtschaftszweige des privaten und öffentlichen Sektors. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute rund 5.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern. A.T. Kearney ist eine unabhängige Tochtergesellschaft von EDS (Electronic Data Systems), dem führenden Dienstleistungsunternehmen für Informationsmanagement.

Kontakt:

Marion M. Sommerwerck  
A.T.Kearney  
Tel. +49 211 1377 679  
Fax. +49 211 1377 990  
E-Mail: [marion.sommerwerck@atkearney.com](mailto:marion.sommerwerck@atkearney.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001237/100012534> abgerufen werden.