

# Warenkorb wird günstiger

Innovative Funktion ermöglicht im Indirekten Einkauf 20% Einsparung

Der indirekte Einkauf, das so genannte Non Product Related Sourcing, wird immer wichtiger. So haben sich diesen Sommer vier global tätige Konzerne zur weltweit größten Allianz für den Einkauf indirekter Materialien zusammengeschlossen. Die Ausschreibung im Umfang eines hohen dreistelligen Millionenbetrags gewann die Web-Plattform Office Depot. Doch jetzt schlägt Konkurrent Mercateo zurück. Eine neue Warenkorb-Funktion soll beim Einkauf von Büromaterial, IT- sowie Laborbedarf oder Betriebs- und Lagerausstattung Einsparpotentiale von über 20 Prozent bieten.

Statt langwierig nach konkreten Artikeln wie beispielsweise für Büromaterial zu suchen, definiert der Kunde einfach die wichtigsten Anforderungen an das Produkt. Artikel, die diese Ansprüche erfüllen, werden dann zu einem Cluster zusammengefasst, ohne sich auf einen Artikel festzulegen. Erst im Warenkorb, der dann pro Cluster das passende konkrete Produkt enthält, empfiehlt die Mercateo-Warenkorboptimierung



Dr. Sebastian Wieser, Geschäftsführer und Mercateo-Gründer

dem Kunden daraufhin automatisch die beste Kombination aus den Kriterien „Gesamtpreis für den Warenkorb“ (inkl. Versandkosten), „Lieferzeit“ und „Anzahl der Pakete“. Mercateo-Analysen von über 500 Bestellpositionen haben zusätzliche Einsparpotentiale von durchschnittlich über 20 Prozent ergeben.

Der Premiere von Mercateo Cluster ging eine dreijährige Entwicklungszeit voran. Angesichts der großen Vielfalt an C-Artikeln auf der Mercateo-Plattform galt es, Möglichkeiten zu schaffen, noch einfacher, schneller und auch kostengünstiger die gesuchten Produkte auszuwählen. Mercateo-Gründer Dr. Sebastian Wieser: „Mit der

Funktion Mercateo Cluster wollten wir diese Komplexität reduzieren, indem der Kunde nur mehr seine wichtigsten Anforderungen definiert, ohne sich auf ein bestimmtes Produkt festzulegen. Der Kunde kann damit viel einfacher einen Warenkorb nach seinen Wünschen definieren und profitiert zudem von dem dadurch gestiegenen Wettbewerb innerhalb der Produktcluster.“ Das Beispiel zeigt, dass im indirekten Einkauf noch erhebliche Kostenpotenziale zu heben sind – unabhängig davon, für welchen Einkaufsweg sich der Kunde letztlich entscheidet.

Übrigens: Der zunehmenden Bedeutung des Indirekten Einkaufs wird jetzt erstmalig mit einer eigenen Messe Rechnung getragen: Die IMEK - Messe und Kongress für Indirekten Einkauf, wird am 22. und 23. April 2013 Aussteller und Besucher in München willkommen heißen. In Zusammenarbeit mit Anbietern und Spezialisten des Indirekten Einkaufs bietet die IMEK dem Besucher ein abwechslungsreiches Programm aus Fachmesse, Kongress, Workshops und Produktvorstellungen.