

Link: <https://www.computerwoche.de/a/fleurop-optimiert-einkaufserlebnis-fuer-firmenkunden,2540526>

Automatisierter Beschaffungsprozess

Fleurop optimiert Einkaufserlebnis für Firmenkunden

Datum: 18.06.2013
Autor(en):Ima Buxton

Fleurop hat für seine Kunden eine neue eProcurement-Lösung für den Kauf von Blumen geschaffen. Die auf einem "Ariba Punchout Katalog" basierende Anwendung vereinfacht den Einkaufsprozess erheblich. Hohe Prozesskosten, die oftmals den Wert der Gebinde überstiegen, gehören damit der Vergangenheit an.



Foto: Fleurop AG

Seit mehr als 100 Jahren überbringt der Berliner Blumendienstleister Fleurop Blumengrüße an Empfänger in alle Welt. Dabei setzte der Gründer Max Hübner, von Anfang an auf das Prinzip, nicht die Blumen, sondern Aufträge auf die Reise zu schicken. Zuverlässige Blumenfachgeschäfte vor Ort sollten die blühenden Grüße ausliefern. Heute gehören dem Fleurop-Netzwerk in Deutschland mehr als 7.000 und weltweit rund 50.000 Partnerfloristen an, die jährlich mehr als 25 Millionen Blumengrüße persönlich überreichen.

Einkauf gegen Barauslage verursacht hohe Prozesskosten



Teamleiter Achim Oberhauser sieht in der neuen eProcurement-Lösung von Fleurop das "Beste aus zwei Welten".

Foto: Fleurop AG

Was im Privatkundengeschäft floriert, wollte Fleurop schließlich auch im geschäftlichen Bereich zur Blüte bringen. Doch viele Unternehmen verschenken Blumen bis heute eher selten. "Der Aufwand und die Kosten, die die Beschaffung von Blumen im herkömmlichen Einkaufsprozess auslöst, sind sehr hoch", erläutert Achim Oberhauser, Teamleiter Bereich Firmenservice bei Fleurop.

Traditionell kümmert sich meist ein Kollege persönlich um die Beschaffung des Blumengrußes, wenn in einem Unternehmen etwa ein Geburtstagskind oder ein Jubilar mit einem Blumenstrauß bedacht werden soll. Dieser kauft das Gebinde für gewöhnlich gegen Barauslage bei einem Floristen vor Ort und rechnet den Betrag später mit der Verwaltung ab. "Auf diese Weise entstehen den Firmen hohe Prozesskosten von bis zu 100 Euro", führt Oberhauser aus. "Da aus der Rechnung für gewöhnlich nicht hervorgeht, welche Leistungen sich genau hinter den Kosten verbergen, ist diese Vorgehensweise intransparent. Dies widerspricht ganz dem Trend, durch Reduzierung der Lieferantenzahl und Zentralisierung des Einkaufs für mehr Transparenz zu sorgen und Kosten zu senken."



In den maßgeschneiderten Produktkatalog von Fleurop lassen sich auch Firmensträuße im Corporate Design einbinden - wie hier ein Gebinde in Rotweiß als Beispiel für einen Corporate Strauß für Sparkassen.

Foto: Fleurop AG

Um die Akzeptanz und den Einsatz von Blumen in Unternehmen zu fördern, entwickelte Fleurop einen einfachen Einkaufsprozess, der im Einklang mit den Unternehmensvorgaben steht. "Wir haben bereits im Jahr 2005 begonnen, mit verschiedenen technischen Plattformen zu experimentieren", beschreibt Oberhauser das Vorgehen des Blumenversenders. "Schließlich sind wir mit einem großen Finanzdienstleister ins Gespräch gekommen, der sich für das Ariba Netzwerk als strategische Einkaufsplattform entschied." Mit der Großbank zusammen setzte Fleurop den Startschuss für ein Pilotprojekt auf Basis von Ariba, das bereits Ende März 2012 produktiv ging. Heute ist die eProcurement-Lösung so flexibel dass sie auf die Bedürfnisse von nahezu allen Firmenkunden angepasst werden kann.

Partnerfloristen binden Sträuße und liefern aus

Herzstück der Einkaufslösung ist der Ariba-Punchout-Katalog. Der von Fleurop maßgeschneiderte Produktkatalog enthält Sträuße, Pflanzen und Geschenkideen für verschiedene Anlässe in definierbaren Preisklassen. Optional entwickelt Fleurop außerdem Firmensträuße im Corporate Design. Die Herstellung der Gebinde und ihre Auslieferung übernehmen in alter Fleurop-Tradition die Partnerfloristen. Der Blumendienstleister fungiert als zentraler Ansprechpartner, der die Aufträge zentral entgegen nimmt und gleichfalls zentral abrechnet. Kunden, die an das Ariba Network angeschlossen sind, haben direkten Zugriff auf das Sortiment via Web-Shop, den so genannten Punchout-Katalog, der alle nötigen Bestellprozesse abbildet. Durch die große Reichweite des Ariba Netzwerks ergeben sich für Fleurop vor allem neue Vertriebschancen im Firmenkundengeschäft. Im Punchout-Katalog selbst wählt der Bedarfsträger eines Unternehmens ganz nach Anlass einen Strauß aus. Wer seinen Blumengruß nach eigenen Vorstellung gestalten möchte, kann einen Freitextartikel ordern: Sträuße, die nach detaillierten Vorgaben des Bestellers über das Freitextfeld zusammengestellt werden.

"Look and Feel" wie ein großer Consumer-Shop

"Online-Shopping ist längst nicht mehr Privatkunden vorbehalten. Auch Unternehmen wünschen sich die Möglichkeit, Waren und Dienstleistungen schnell und unkompliziert einzukaufen", führt Oberhauser aus. "Mit den Cloud Lösungen von Ariba haben wir für unsere Geschäftskunden ein neues Einkaufserlebnis geschaffen. Der Punchout-Katalog bietet das "Look and Feel" wie ein großer Consumer-Shop mit allen Vorteilen wie elektronische Bezahlung (eInvoicing) und optimierte Bestellprozesse." Der vollständig automatisierte Prozess stehe im Einklang mit den Einkaufsrichtlinien der Kunden und biete gleichzeitig volle Flexibilität sowie den individuellen Service und die Qualität von Fachgeschäften. "Wir verstehen die Lösung daher als das Beste aus zwei Welten", so Oberhauser.

Der Katalog lässt sich mittels OCI-Schnittstelle direkt an das SAP-System anschließen und an alle erforderlichen Unternehmensstandards anpassen: angefangen von standardisierten Produkten wie Geburtstagssträuße sowie Schleifen oder Karten im Corporate Design bis hin zu Rechnungsvorgaben wie Mehrwertsteuer oder die Einhaltung bestimmter Kostengrenzen. Selbst Vorlieben für bestimmte Blumenläden lassen sich hinterlegen. Technisch und organisatorisch ist die Fleurop-Lösung an das Lieferantennetz von Ariba angeschlossen. Die Plattform ist dabei, sich als weltweit führende B2B-Community zu etablieren, und bietet derzeit einen Marktplatz für nahezu eine Million Lieferanten, die dort ihre Geschäfte tätigen können. Kunden, die an das Netzwerk von Ariba angeschlossen sind, können ihre Prozesse vom Einkauf bis zur Bezahlung komplett automatisieren und profitieren von einer verbesserten Zusammenarbeit mit Ihren Lieferanten, wie beispielsweise Fleurop.

Datenübertragung ohne Medienbruch

Der automatisierte Prozess verschafft Fleurop einen besseren Überblick über die Bestellungen und die damit verbundenen Rechnungen. Bestelldaten werden ohne Medienbruch ins System der Fleurop-Zentrale übertragen und für die Ausführung an die Partner-Floristen vermittelt. Die Rechnungslegung erfolgt zentral und voll automatisch als elektronische Einzelrechnung. Die Dokumente enthalten jetzt weniger Fehler, das Ausfüllen nimmt deutlich weniger Zeit in Anspruch und die Kosten für die Bearbeitung sind drastisch gesunken.

Für Firmen ist der Aufwand zur Implementierung der Fleurop-Lösung überschaubar - er lohnt sich für beide Seiten aber nur bei entsprechenden Auftragszahlen. "Mittelfristig streben wir an, die Lösung so zu standardisieren, dass sich der Aufwand auch für kleinere Auftragszahlen lohnt", erklärt Oberhauser. "Geplant ist außerdem eine Erweiterung um neue Funktionalitäten, wie zum Beispiel Daueraufträge für Dekorationen", so Oberhauser. "Auch die Vermarktung weiterer Dienstleistungen der Fleurop-Partner, könnte in die Lösung eingebunden werden.

Mobiler Blumenservice auch für den Außendienst

Schließlich sucht Fleurop auch nach innovativen Vertriebswegen und fasst im Zeitalter der Smartphones und iPads auch eine mobile Version der Einkaufslösung ins Auge. Außendienstmitarbeiter, die nach Vertragsabschluss eine neue Kundenbeziehung festigen wollen, könnten künftig ganz auf die Wirkung frischer Blumen vertrauen.