



# Vernetzte Wirtschaft

**Was Facebook für persönliches Networking ist, das ist Ariba in Sachen Handelsbeziehungen zwischen Unternehmen. Wie Unternehmen durch Business-Netzwerke ihre Effizienz steigern und Kosten reduzieren können.**

Von Karin Legat aus Berlin

**B**ei Twitter, Facebook & Co bleibt es nicht. Business-Netzwerken wird künftig eine immer größere Bedeutung zukommen. Alexander Saric, EMEA Marketing-Direktor von Ariba ist überzeugt: »B2B ist eine logische Entwicklung der heutigen Wirtschaftswelt. Ein Unternehmen sollte nicht nur auf seine eigenen Ideen vertrauen, wenn es dafür auch die komplette Partner- und Kundenbasis einbeziehen kann.« Damit ein Unternehmen auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleibt, kommt es jetzt mehr denn je darauf an, Informationen zu nutzen und Prozesse zu optimieren. Ineffizienz kann sich heute kein Betrieb

leisten. Nicht umsonst wird im sogenannten »networked enterprise« die Zukunft gesehen. Nur durch stärkere Vernetzung bleiben Unternehmen auch in Zukunft wettbewerbsfähig. Möglichst niedrige Lagerbestände, reduzierte Infrastruktur, ausgegliederte Prozesse und Lieferketten, die die ganze Welt umspannen: Ohne internationale Kooperation können diese Aufgaben nicht bewältigt werden. »Die Zusammenarbeit zwischen Lieferant und Einkäufer muss auch außerhalb des Unternehmens stattfinden«, stellt Saric fest. Und er hat sogleich die Lösung für dieses Kommunikationsproblem: das Network von Ariba.

## Weltweites B2B

Das Business-Commerce-Netzwerk von Ariba, ein Unternehmen von SAP, ist eine Community, in der Unternehmen zusammenarbeiten können – welt-



»Ariba Live wird es auch nächstes Jahr geben«, kündigt Alexander Saric bereits an.

weit. Kunden profitieren global vom B2B-Handelsnetzwerk – im Vertrieb, im Einkauf und im Finanzwesen. Damit ist es möglich, rasch Partner für eine Zusammenarbeit zu finden, Kosten für Waren und Dienstleistungen zu senken und Risiken zu minimieren. Ariba beschleunigt Zahlungsprozesse um rund 20 Prozent.

“**Der Netzwerkeffekt bietet** mit so vielen Einkäufern und Verkäufern sowie ständigen Neuzugängen konkurrenzloses Business-Commerce.“

Sind die Lieferanten einmal elektronisch im Netzwerk, gleicht der Ariba-Discovery-Service die Anforderungen von Einkäufern mit dem Angebot von Verkäufern automatisch ab. Im Umkehrschluss profitieren auch die Lieferanten von einem erweiterten Aktionsradius über das Ariba Network. Aktuell sind im Ariba Network mehr als 800.000 Lieferanten registriert. Hinter dieser Netzwirtschaft stecken cloud-basierte SaaS-Modelle, die per Abonnement sowie auf Abruf zur Verfügung stehen.

### Eine Million Partner

Ariba zählt bereits mehr als eine Million registrierte Unternehmen. Zu den internationalen Kunden gehören unter anderem Wal-Mart, Walt Disney, die Deutsche Bank und Siemens. In Österreich will SAP durch seine starke heimische Präsenz punkten. »Im ersten Schritt treten wir an die Top 10 unserer Kunden heran«, kündigt Unternehmenssprecherin Elisabeth Wursche an. »Ich sehe zwei große Ansatzpunkte in Österreich«, ergänzt Klaus Sickinger, Geschäftsführer SAP Österreich. Es gilt, die Vernetzung der Unternehmen untereinander zu stärken. Zwar haben die großen Firmen in Österreich mit meist individuellen Lösungen bereits viel erreicht, doch durch die Übernahme von Ariba wurde eine Plattform geschaffen, mit der Firmen jeder Größe in der Lage sind, ihre Verkaufs-, Beschaffungs-, Rechnungs- und Zahlungsprozesse erheblich zu beschleunigen. So können Unternehmen in einer vollkommen vernetzten Umgebung noch effektiver mit ihren Kunden, Lieferanten und Partnern zusammenarbeiten. Einen weiteren Schwerpunkt sieht Sickinger in der sozialen Vernetzung von Unternehmen. »Wir werden hier im Gespräch mit unseren Kunden künftig noch deutlicher machen, wie Informationen aus den sozialen Medien zum Geschäftserfolg beitragen können.«

### Ariba von morgen

Die Zukunft bewertet Alex Saric sehr positiv. Ariba vereint führende cloud-basierte Anwendungen mit der weltweit größten Handelsplattform im Internet und hilft Unternehmen, ein globales Netzwerk von Partnern aufzubauen

The screenshot shows the SAP Ariba user interface. It features a top navigation bar with the SAP logo and a main content area with several data tables and a sidebar menu. The tables display various metrics and data points, likely related to procurement or supply chain management.

Der vollständig automatisierte Prozess bietet volle Flexibilität und individuellen Service.

und es für die Zusammenarbeit zu nutzen. »Ariba hat Lösungen für die Cloud, SAP Lösungen on-premise. Wir bieten unseren Kunden den gesamten Prozess automatisiert an, bei Bedarf auch einen Mix.« Durch die Nutzung des Ariba Network können Unternehmen jederzeit mit Handelspartnern in Kontakt treten – unabhängig von Unternehmensgröße, Gerätetypen und Benutzeroberflächen. »Viele Unternehmen haben den Nutzen des Ariba-Service allerdings noch nicht erkannt«, bedauert SAP-Co-Chef Jim Snabe. Er sieht jedoch großes Potenzial für Ariba. In den USA ist die Plattform laut Marktforscher Gartner bereits akzeptiert. Sie sei vor allem dann etabliert, wenn es um den Einkauf von operativen Produkten wie Computern oder Servern gehe. Für strategisch wichtige Bestellungen wie Rohstoffe werde Ariba weniger genutzt.

### Positives Zwischenzeugnis

Anfang Juni 2013 hat SAP zu einem internationalen Meeting nach Berlin geladen, bei dem mehr als 600 Führungskräfte aus allen Branchen über die Vorteile der Netzwirtschaft diskutierten. Die Übernahme von Ariba erfolgte bereits im Oktober 2012. Verantwortlichen von Einkauf, Sales und Bilanz wurde die Möglichkeit geboten, sich auszutauschen. Auf der Website wird diese Plattform als Lösung für eine vernetzte Wirtschaft beworben, auf der man cleverer einkaufen, schneller verkaufen sowie Liquidität managen kann und die reaktionsfähige und unterstützende Arbeitsbeziehungen bietet. Das wurde auf der Ariba Live bestätigt. »Businessnetzwerke sind sehr wichtig. Das Teamwork funk-

tioniert international. Lieferanten finden neue Kunden weltweit. Unternehmen können Kosten und Risiken reduzieren. Geschäftsbeziehungen werden effizient, effektiv und profitabel.« Das waren nur einige der Statements der Teilnehmer.

Etliche Kunden haben am Kongress ihre Erfolgsstory präsentiert. Unter anderem hat der deutsche Blumenversandhandel Fleurop dem Report seine Erfahrungen berichtet. »Mit der Software von Ariba haben wir für unsere Geschäftskunden ein neues Einkaufserlebnis geschaffen«, so Geschäftsführer Jörg Beer. Seitdem setzen diese viel häufiger auf Blumen als emotionales und persönliches Kommunikationsmittel. Online-Shopping ist nicht mehr Privatkunden vorbehalten. Der vollständig automatisierte Prozess steht im Einklang mit den Einkaufsrichtlinien der Kunden und bietet gleichzeitig volle Flexibilität und individuellen Service von Fachgeschäften. »Besteller können aus 7.000 Fachgeschäften wählen und ihren bewährten Geschäftspartner direkt beauftragen. Das erhöht die Akzeptanz bei den Nutzern erheblich.«

Für Alexander Saric ist das eine Bestätigung der Strategie. »Um in der heutigen volatilen Wirtschaft erfolgreich zu bleiben, müssen Unternehmen schnelle und intelligente Wege finden, um die Zusammenarbeit zu optimieren. Ariba ist bereit dafür.« Knapp eine Million Unternehmen in 201 Ländern nutzen das Network. □

**24H ARIBA BEDEUTEN**

- **Transaktionen:** etwa 1,2 Milliarden USD
- **Bestellungen:** 60.000
- **Rechnungen:** 165.000