

MM.biz

E-Business-Lösungen für den Mittelstand

Marktplätze im Test



Die Gewinner erkennen

Unternehmen, die an den Vorteilen des E-Business teilhaben möchten, müssen sich einen Überblick über die für ihre Branche relevanten Marktplätze verschaffen. Es gilt, die Spreu vom Weizen zu trennen.

MM.biz bewertet Internet-Marktplätze

Wer hat sie je gezählt, die Menge der Online-Marktplätze? Mehr als 1000 sollen es weltweit sein, schreibt das Softwarehaus Living Systems in seinem Newsletter. Ihr Produktangebot reicht von Rohstoffen für Flugzeugteile bis hin zum Holz für den Baustoffhandel. Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht über weitere Business-to-Business-Marktplätze berichtet wird, und ebenso schnell verschwinden viele wieder. „Wir werden beinahe täglich von irgendwelchen Marktplätzen aufgefordert, unsere Produkte und Dienstleistungen dort einzustellen“, schreibt

uns ein Leser und resümiert: „Wenn wir alle bedienen wollten, müssten wir eigens dafür jemanden beschäftigen.“ Viele Marktplatzbetreiber konzentrieren sich zu sehr auf die technische Seite und erforschen zu wenig den echten Bedarf und die Probleme von Anbietern und Nachfragern. Damit unsere Leser unter den verschiedenen B-to-B-Marktplätzen differenzieren und sie beurteilen können, testen wir die relevanten Marktplätze – jeweils zehn in jedem MM.biz. Die nächsten Ausgaben erscheinen in MM 38 (17. September) und in MM 47 (19. November).



Collage: Bayerlein

Beherzt zugreifen

Beschaffungskosten einsparen, Vertriebsleistungen erhöhen – das versprechen die Betreiber von Online-Marktplätzen ihren Kunden. Doch diese üben sich noch in Zurückhaltung. Vielen, insbesondere den Mittelständlern, sind die Marktplätze schier zu undurchsichtig. In der Tat müssen einige Betreiber noch ihre Hausaufgaben machen. Dennoch gilt: Auf Online-Marktplätzen spielt künftig die Business-Musik.

Den größten, umfangreichsten oder bedeutendsten Marktplatz möchten sie alle betreiben. Jedenfalls drängen sich diese Aussagen ganz offen oder auch versteckter in den eigenen Zielen recht deutlich auf. Der Konzentrationsprozess hat allerdings schon begonnen, die ersten Betreiber treten bereits wieder kürzer und passen ihre Kapazitäten der tatsächlichen Nachfrage aus dem Mittelstand an. Und die lässt leider in vielen Fällen noch zu wünschen übrig. Mag es am Zeitmangel liegen oder am fehlenden Verständ-

nis über die grundlegenden Vorteile solcher elektronischen Marktplätze – die Zurückhaltung ist noch allenthalben zu spüren. Teilweise fühlen sich die betroffenen Mittelständler offenbar auch schlicht überfordert, aus dem Überangebot die strategisch richtigen Partner herauszufiltern. Beinahe tägliche Akquisitionsrufe von ständig neu entstehenden Marktplätzen tragen nicht gerade zur Steigerung der Transparenz bei. Eines zeigen fast alle unserer Testkandidaten: Die notwendige Qualitätssicherung des eigenen Marktplatzes steht wohl noch immer auf der Liste der unerledigten Aufgaben. Nur etwa die Hälfte der Betreiber fängt fehlerhafte Seitenaufrufe richtig ab. Einige nennen noch nicht einmal den Firmensitz, obwohl dies zwingend gesetzlich vorgeschrieben ist. Vertrauen schafft dies sicherlich nicht.

Auch der teilweise nur als exorbitant zu bezeichnende Wissensdurst bei der Registrierung ist recht abschreckend. Wer gibt schon gerne in dieser frühen Phase Umsatz- und Mitarbeiterzahlen bekannt? Wenn schon nicht hier, so dann spätestens auf der fünften oder sechsten Seite vergeht dem interessierten Besucher die Lust an der Anmeldung. Die Anbieter vergessen offenbar völlig, dass man ausprobieren möchte und muss, bei wem man letztendlich seine Produkte handelt. Und das heißt: viele, viele Seiten bei mehreren Marktplätzen ausfüllen, und gerade das sollte ja eigentlich erleichtert und nicht erschwert werden.

Die Betreiber haben hier ihre Hausaufgaben scheinbar noch nicht gemacht. Wenn ihre angepeilte Kundschaft eine ebenso schlechte Qualitätssiche-



ONLINE-MARKTPLÄTZE

Die größten Qualitätssünden:

- ▶ Tipp- und Rechtschreibfehler
- ▶ veraltete Informationen
- ▶ Sonderangebote mit Datum aus der Vergangenheit
- ▶ Einsatz von ActiveX-Technologie (Sicherheitsrisiko!)
- ▶ nicht funktionierende Links
- ▶ fehlende Bilder
- ▶ nicht verifizierbare Sicherheitszertifikate
- ▶ zappelnde und blinkende Bannerwerbung
- ▶ nicht funktionierende Online-Anmeldung

rung hätte, gäbe es wenig zu handeln. Tipp- und Rechtschreibfehler, veraltete Informationen, Sonderangebote mit Datum in der Vergangenheit, Einsatz von so genannten ActiveX-Technologien, die aus Sicht vieler Systemadministratoren ein Sicherheitsrisiko darstellen, nicht funktionierende Links, fehlende Bilder, nicht verifizierbare Sicherheitszertifikate, zappelnde und blinkende Bannerwerbung, die bei der Bedienung stört und als Krönung eine nicht

funktionierende Online-Anmeldung. Man bekommt den Eindruck, als hätten die Betreiber keine Zeit, das eigene Angebot einmal selbst kritisch unter die Lupe zu nehmen. Grundsätzlich lässt sich aber feststellen, dass die meisten Marktplätze wohl inzwischen trotz dieser Einschränkungen so weit sind, ihre Versprechen auch einzulösen zu können: Einsparung von Beschaffungskosten einerseits und Erhöhung der Vertriebsleistung andererseits. Sich näher mit diesem Thema zu beschäftigen, sollte also als Chefaufgabe auf eine eigene Liste gesetzt werden. Noch vorhandene Unzulänglichkeiten der Marktplätze dürfen nicht als Entschuldigung für Absenz gelten.

Innovativ in der Produktion ist der deutsche Mittelstand allemal. Nun muss sich zeigen, ob er dies auch bei der notwendigen Nutzung von modernen Tools und Kommunikationsmedien sein kann. ■

„Noch vorhandene Schwächen der Marktplätze sind keine Entschuldigung für Absenz“

Marktplätze im Test

Marktplatz	Gehandelt Güter/Leistungen	Handelsforman	Preis Gebühren	Aktivitäten/Referenzkunden	Partner	Registrierung/Identifizierung	Zusätzliche Serviceleistungen	Bewertung
www.assistent.de assistent.com Markets	Gebrauchsgüter, überschüssige Industriegüter	Auktionen	5% vom Zuschlagssumme (zuletzt durch Anbieter)	ca. 11.000 Anbieter, über 100 Käufer 14 Mrd. Dollar Transaktionsvolumen seit 1995	AMS, Arthur Andersen, Microsoft, National Tooling and Machining Association (NTMA)	ja ja Identifizierung	Customer Service Center	Navigation weitgehend klar und optisch gut strukturiert. Hohes Transaktionsvolumen. Folgt nicht immer Unternehmensregeln bei der Registrierung. Lieferangebote sind durchdachte Serviceangebote bis hin zur Beratung. Inhalte nur engpass verfügbar.
www.gbronline.de GRUBonline	Gebrauchsgüter	schwarze Beir für Maschinen, Werkzeug, Kopiergeräte, fortpflanzliche und kopierfähige Güter, Bauteile, Ersatzteile, Stabstangen	Einstieg in Bundesrepublik ca. 29.000 Page Views pro Monat (März 2001) ab 25,54 € für zwei Jahre		Frankfurter-Gesellschaft (Kooperationsgesellschaft)	ja ja ja bei Eintrag in Bundesrepublik	Schnittstelle für die Gebrauchsgüter, Finanznachrichten, Link-Seite, Kennzahlungsformulare, Diskussionsforum	Optisch stark prägnanteres Platform, im Hinblick auf die Bedienung gewöhnungsgemäß. Eindeutige Mark-Hochlage direkt beim Anbieter möglich. Gute Suchmöglichkeiten, allerdings noch wenige, teilweise verwirrende Anbieterhinweise mit Lieferdaten.
www.machpoint.com MachPoint MachPoint Technology & Services	Gebrauchsgüter, Karosserieteile, Maschinen, Formen	Handlungsportal, schwarzes Beir, keine weiteren Transaktionsmöglichkeiten	Kostenlos für Einkäufer kostenlos für Verkäufer	ca. 3.500 Maschinen im Angebot, rund 10.000 Views pro Monat	Society of the Plastics Industry (SPI), European Association of Machine Tools Manufacturers (EAMTM)	ja ja ja bei Eintrag in Bundesrepublik	Abnahmepflichten, technische Beratung, Logistikdienstleistungen	Optisch nicht übersichtlich. Navigation ist allerdings nicht überdurchschnittlich und teilweise etwas verwirrend und fehlerhaft. Eindeutiges Filtersystem ohne Details. Garza fächerbar. Anreicherung war während des letzten Jahres funktionsfähig.
www.machpoint.com machpoint.com MachPoint Technology & Services	Gebrauchsgüter, Karosserieteile, Maschinen, Formen	Handlungsportal, schwarzes Beir, keine weiteren Transaktionsmöglichkeiten	Kostenlos für Einkäufer kostenlos für Verkäufer	ca. 90 Händler	FIM - Förderband des deutschen Maschinen- und Werkzeugherstellereverbands	ja ja ja bei Eintrag in Bundesrepublik	FIM-Scheitelpunkt, Schwermetallgruppen	Bedienung erfolgt über einfache Pull-down-Menüs, die Inhalte sind übersichtlich. Funktional ist die Plattform eher schlicht. Lediglich die kombinierten Suchmöglichkeiten sind hervorzuheben. Angekündigte Serviceleistungen waren nicht aufzufinden.
www.wemera.de	Komponenten, MRO-Produkte, EFA-Ausrüstung, Dienstleistungen, Personal, Fördertechnik, Bauteile, Ersatzteile	Ausschreibungen, Auktionen, unternehmenseigentlich	von Marktplatz zu Marktplatz unterschiedlich	component: 12.300 Lieferanten, 188 Einkäufer, MRO: ca. 6000 Lieferanten, 63 Einkäufer, dkt: über 200 Kunden, compulab: über 1000 Anbieter, autorama: ca. 12.800 Lieferanten, 17 Einkäufer	ABB, Heidelberg, Gernex, Kellert, Komaba, CSB	a) ja, online b) keine Angaben	für Bauteile, MRO-Produkte, komplexe, autorama: EPR-Integration möglich	Navigation, Seiten und Funktionen sind nicht immer klar, teilweise Webbrowser und keine Schrift schreiben etwas die Übersicht. Ein Witzsystem unterstützt den Benutzer bei Einträgen. Eindeutige, aber ausweichende Suchergebnisse sind vorhanden.
www.prochange.com PRO-CHANGE	gebrauchte Wirtschaftsgüter	Auktionen, Preisfreibriefe	zwischen 5 und 10% Erlösgewinn von Umsatz (zuletzt durch Verkäufer)	ca. 15.000 registrierte Käufer	Gründig, Dun & Bradstreet, GE Financial Services, SGS, Toolholder, orga.com, Inmatech, Clement, Kohnen	a) ja, online b) keine Angaben	Personalisierte Verkaufsanzeige (Plus Service), Suchservice (Preiswert Käufe), Asset Management, Logistikdienstleistungen, Brancheninformationen, Übersetzungen, Berichterstattung	Wahl funktionaler eines überlegen und daher für Benutzer leicht unterscheidlich. Beirer untergeordnet, nützliche Suchfunktionen. Gestaltung in sich Spielraum möglich. Automatisches Meldesystem. Zusatzservices wie Logistik, Finanzierung und andere.
www.quibig.de quibig.de	Industrie Güter (Bauartikel, Werkzeugen, Energie, Dienstleistungen, Büchern), ca. 150.000 Artikel	Bestellungen aus e-Verkauf nach ECSP-Standard	für Einkäufer kostenlos für Anbieter: vom Anbieterspende	ca. 80 Einkäufer, Transaktionsvolumen über 1,02 Mrd. €, Barter, Barter, mehr, San, keoni, Buchle, Schmidt, Franke	BH-Spank, Cap Gemini, Heider-Schwabe, Siemens, Komaba, ZEW u.a.	a) ja, online b) keine Angaben	Global-Service, EPR-Integration möglich, Hotline: Tel. (07 11) 97 76 55 97 oder Call Back	Klare optische Trennung einzelner Einkaufskategorie mit schneller Navigation. Suchbegriffe für Unternehmensinfos geben (auch XML). Für Einkäufer kostenlos nutzbar. Nützlicher Provenienz-Check für Unternehmensinfos. Umfangreiche Hilfenmöglichkeiten.
www.saintgorgis.com Saintgorgis	Fertigungsgüter, Maschinen, Zeichnungen (Maschinenbau)	Ausschreibungen	Fingerring: kostenlos, Einkäufer: 1000 €/Jahr, ein Monat kostenlos Test	30.900 Lieferanten, 610 Einkäufer, Leihber, Lang, ABG, Ing, Keatoni, Schiller, Messias u.a.	magnum, G, Carl Zeiss, In Metall, SGS, Baroni, Weiss, Dax & Brodbeck, UBS, HP	a) ja b) nein	Kunden- und Lieferantenverwaltung, Messen von Zeichnungen, Brancheninfos, Brancheninformationen, EPR-Integration möglich, Hotline: +41 8 48 80 77 07	Überblickreiche Darstellung mit guter und einfach zu bedienender Navigation. Für Lieferanten kostenfrei. Beirer Integration in die Unternehmensinfos, 20/24-Stunden-Service, Erweiterung und -aktualisierung. Pflanz, RPO-Charakter für Einkäufer.
www.techpoint.net TechPoint	Fertigungsgüter, Zeichnungen (Maschinenbau, Maschinenbau)	Ausschreibungen (offen, geschlossen), unternehmenseigentlich	Fingerring: ab 500 €/Jahr, Einkäufer: 1000 €/Jahr, ein Monat kostenlos Test	ca. 800 Fertigungsunternehmen, ca. 200 Einkäufer	keine Angaben	a) ja, online b) nein	Hotline (Dienstag): (0 18 01) 8 32 47 45 68, Versand von Zeichnungen/CAD-Dateien demnachst möglich, Link-Sammlung, Abbindung an ERP-Systeme (in Planung)	Inhalt und einfach bedienbar mit übersichtlichem Konfig. Einzeln klarer und mögliche Einbindung der Unternehmensinfos mit XML-Unterstützung. Angewandte Technologie, mit zielgerichtetem Suchfunktionen. Automatische Fehlerberichterstattung.
www.vertrass.de Vertrass	Produkte der Automobil- und Automobilzubehörsbranche	Bestellung aus e-Verkauf, Firmenspezialisation (mit Werbung)	Käufer: kostenlos, Verkäufer: je nach Aufwand der Dienstleistungen, Informationen: Tel. (01 80) 2 43 60 00	keine Angaben	Siemens, Mader, Westmüller, Poppel + Fuchs, Abschlacht Becht	a) ja, online (Käufer) b) ja, online (Verkäufer) Tel. (01 80) 2 43 60 00	Rückfragen, Beratung mit Kaufvertr. Warenrücklieferung, Reparaturkosten, Customer Care in sechs Sprachen, Logistikservice, Community, Abbindung an ERP-Systeme	Inter- und unternehmensübergreifend sehr übersichtlich angeordnet, optisch klar gegliedert und leicht bedienbar. Leistungsreiche Suchsystem mit Barrierefreiheit. Lediglich Suchfunktionen, News, ein Forum und „Call-Back“ rufen den positiven Eindruck ab.

Der Testsieger



Startseite von Vertacross

Der Marktplatz ist übersichtlich aufgebaut, klar gegliedert und leicht bedienbar. Er verfügt über ein leistungsfähiges Suchsystem mit Bauteilsuche.

Der Marktplatz Vertacross lässt sich auf Anhieb leicht und intuitiv bedienen, was vor allem auf der gut gelungenen, klaren Optik beruht. Die Navigation im Windows Explorerstil ist gewohnt und übersichtlich. Der Benutzer weiß an jeder Stelle, wo im Marktplatz er sich gerade befindet, und welche Möglichkeiten er hier hat.

Bei der Suche wird man durch gute Kombinationsmöglichkeiten unterstützt und gelangt dadurch

schnell zum Ziel. Verschiedene Zusatzfunktionalitäten ergänzen das eigentliche Marktplatzangebot. So lassen sich unter anderem ausgewählte Fachbücher zu einschlägigen Themen bestellen oder man kann durch eine Kooperation mit Amazon auch auf weitere Bücher zugreifen.

Besonderes hervorzuheben ist die Möglichkeit, aus einem umfangreichen Archiv Bauteilzeichnungen mit Abmessungen auf den eigenen Rechner zu laden. Anschließend können auf einfachem Wege Preisanfragen eingeholt oder Bestellungen ausgelöst werden. Über ein News-System sowie thematisch vorbildlich sortierte Foren findet man wertvolle Zusatzinformationen beziehungsweise kann sich mit anderen Marktplatzteilnehmern austauschen. Ein kostenloser, wöchentlicher Newsletter (auch in Englisch) rundet das ausgewogene Informationsangebot ab.

Bei Fragen hilft jederzeit ein Call-Back-Button, der ein vorausgefülltes Formular aufruft. Der Rückruf erfolgte im Testfall prompt. Das Anmelde-System ist vorbildlich gestaltet und schnell durchlaufen. Vertacross zeigt deutlich, dass man durchgängig ganz besonderen Wert auf hohe Bedienungsqualität legt. Dies tun offenbar leider noch nicht alle Mitbewerber. ■

Mario Fischer testet für MM.biz elektronische Marktplätze

Dr. Mario Fischer ist Professor für Wirtschaftsinformatik an der FH Würzburg und steht einem Institut für e-Strategien vor. Fischer ist anerkannter Experte für die Gestaltung der Usability (Nutzerfreundlichkeit) technischer Systeme, insbesondere von Webanwendungen. Im Rahmen seiner umfangreichen Praxisprojekte testet und bewertet er Internetauftritte aus Besuchersicht. Der methodische Ansatz der „Benutzer-Simulation“ ergibt wertvolle Hinweise auf das Verbesserungspotenzial einer Website.

*Kontakt und Hintergrundinformationen finden Sie unter:
www.kundensimulation.de.*

