

# Der Konkurrenz eine Nasenspitze voraus

Ihre Konkurrenz und Ihre Kunden sind nur einen Mausklick entfernt. Theoretisch. In der Praxis erfordert das Auswerten elektronischer Marktinformationen über Wettbewerb und potenzielle Abnehmer einen hohen Arbeitsaufwand.

Erhalten Sie die bundesweiten Bedarfe für Ihre Produkte direkt in Ihren E-Mail-Briefkasten, so dass Sie mit einem Klick dazu Detail-Informationen aufrufen können? Das geht nicht nur mit teuren Hightech-Lösungen. Erhalten Sie Preisänderungen des Wettbewerbs direkt auf Ihren Computer? Wissen Sie früher als Kunden und Mitarbeiter, dass Ihr Wettbewerber seinen Geschäftsführer entlassen hat? Das klappt auch, ohne dass Sie einen „Maulwurf“ bei der Konkurrenz platzieren. Dies sind nur drei Beispiele für die Möglichkeiten, mit einfachen, automatisierten Werkzeugen allgemein zugängliche Informationen aus dem Internet auszuwerten, um der Konkurrenz eine Nasenspitze voraus zu sein.

Öffentliche Ausschreibungen sind heute für Händler wie Hersteller der Bürobranche von Interesse. Direkter Absatz der Produkte oder Gewinnung von Kontaktadressen für Marketingaktionen sind die Ziele. Das Problem: ineffiziente

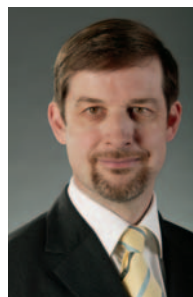
Lektüre verschiedener Zeitungen (ein Ausschreibungsblatt für den Bund, weitere für einzelne Länder) oder händische Abfrage diverser Ausschreibungs-Plattformen. Zur Auswahl stehen fast 20 Angebote, und es werden ständig mehr – kaum ein Monat ohne Neuankündigung einer öffentlichen Stelle, dass man eine neue Internet-Plattform eröffnet habe. Muss man sich somit überall anmelden und alles prüfen, um sicher zu sein, dass man nichts verpasst? Glücklicherweise gibt es zwei zentrale Anlaufstellen. Alle Ausschreibungen, die EU-weit gemacht werden müssen, finden sich auf der offiziellen Seite der europäischen Union (<http://ted.europa.eu>). Die Nutzung dieser Seite ist kostenlos. 90 Prozent der nationalen öffentlichen Ausschreibungen deckt die Seite [vergabe.24.de](http://vergabe.24.de) ab – ein Gemeinschaftsprojekt verschiedener Ausschreibungsblätter. Hier wird allerdings eine Abonnements-Gebühr fällig, abhängig vom Umfang der Nutzung. Dafür gibt es als Service

bei einer immer größer werdenden Anzahl von Ausschreibungen einen direkten Link zu den Vergabe-Informationen. Da auch bei den Behörden zunehmend über papierlose, integrierte Abläufe nachgedacht wird, wurde das so genannte „Ausschreibungs-Cockpit“ eingerichtet – und dies mit der Möglichkeit, Angebote online zu erstellen bzw. hochzuladen.

Auch nach dem Entdecken der richtigen Plattformen bleibt das Problem, dort die relevanten Ausschreibungen zu finden, da die Plattformen alle Bedarfe der Behörden (vom Straßenbau bis zur Gebäudereinigung) auflisten. Schlagworte und Suchbegriffe sind problematisch, wie jeder weiß, der im Internet sucht. Eine gezieltere Recherche ermöglicht der so genannte CPV-Code (Common Procurement Vocabulary) – eine europaweite Klassifizierung von Einkaufsgütern, die bei öffentlichen Ausschreibungen vorgeschrieben ist. Die Tücke steckt – wie bei der in der Bürobranche verbreiteten „eCl@ss“-Klassifizierung – auch hier im Detail bzw. in der richtigen Nutzung des Vokabulars durch den öffentlichen Auftraggeber. So kann beispielsweise gröber oder feiner klassifiziert werden: Wo der eine seine Ordner mit dem exakten Code 22851000 anfragt, begnügt sich der Kollege von der Nachbar-Dienststelle vielleicht mit dem Oberbegriff 2280000 (Büromaterial aus Papier oder Pappe). Und es gibt noch mehr Möglichkeiten, seine Bedarfe vor den potenziellen Lieferanten zu verstecken...

## Claus Meister

der Autor des Artikels, ist Geschäftsführer Eisenwerk Würth GmbH und Inhaber von IntelliCaT. In seinem Bericht beschreibt er anhand einiger Beispiele, wie man durch automatisierte Werkzeuge im Internet besser sein kann als der Wettbewerb.



Für eine Reihe großer PBS-Unternehmen hat IntelliCaT deshalb intelligente Auswertungs-Programme erstellt, die täglich beide Plattformen nach allen relevanten Codes automatisiert abfragen und bei neuen Einträgen die Treffer an die Interessenten schicken. In Vergabe 24 ist zusätzlich eine regionale Suche möglich. So werden in größeren Organisationen Ausschreibungen gezielt an den für das betreffende Sortiment regional zuständigen Außendienst-Mitarbeiter (und eventuell dessen Chef zur Information) weitergeleitet.

Über das Internet bieten sich auch neue Möglichkeiten für die Preisermittlung. Bei großen Handelshäusern ist es üblich, im Rahmen der Katalog-Verpreisung die Preise der Wettbewerber zu ermitteln, um die eigene Positionierung zu überprüfen. Hierfür kann man natürlich Papier-Kataloge oder Sonderangebots-Flyer auswerten und erfassen. Eleganter ist es, diese Daten gleich aus dem Internet maschinell zu ermitteln. Dies ist überall dort möglich, wo offene Bestellshops existieren. Diese können automatisiert auf die mit dem eigenen Katalog vergleichbaren Artikel und deren Preise abgefragt werden. Voraussetzung ist, dass eine Zuordnung der Wettbewerbs-Artikelnummern zu den eigenen Artikelnummern vorgenommen wurde – eine Aufgabe, die in gleicher Weise bei der Auswertung von Papierkatalogen besteht. Die maschinell ermittelten Ergebnisse stehen als weiterverarbeitbare Excel-Datei zur Verfügung, bei Bedarf auch tabellarisch aufgelistet für mehrere Wettbewerber. Gegenüber der manuellen Auswertung, die als ungeliebte Fleißarbeit gerne auf Hilfskräfte verlagert wird, ist die maschinelle Auswertung schneller, aktueller, da mit neuesten Daten und nicht möglicherweise veralteten Katalog-Informationen, und natürlich auch weniger fehleranfällig.

Für Schnelldreher mit häufigeren Preisänderungen, insbesondere im Hardcopy-Bereich, kann es lohnend sein, solche Auswertungen in kürzeren Abständen zu fahren. So wird es möglich, die Preisänderungspolitik der Wettbewerber systematisch zu ermitteln. Werden



Vergabe 24: Hier sind fast alle deutschen Ausschreibungen zu finden.

Preisänderungen der Hersteller sofort oder mit Verzögerungen weitergegeben? Dies sind wichtige Informationen für die eigene Preisstrategie; sie vermeiden bei richtiger Reaktion darauf Auftragsverluste beziehungsweise Margen-Einbußen.

Nochmals andere Möglichkeiten gibt es für die Analyse von Sonderangeboten. Dieses Thema ist für die komplette Be-

schaffungskette der Bürobranche von Interesse: Für den gewerblichen und privaten Einkäufer zur Optimierung seines Einkaufspreises, für den Handel zur Wettbewerbs-Beobachtung und für die Industrie zur Analyse des Marketings seiner Kunden. Auch hier ist zwischenzeitlich (fast) alles im Web zu finden, wiederum jedoch nicht ohne erheblichen Aufwand. Es gibt Sonderangebote,

Kunden Artikelnr.	Kunden Text	neu		bisher		neu		bisher	
		Printus	Printus	Office discount	Office discount	Otto Office	Otto Office	Otto Office	Otto Office
		3,49 €	3,49 €	3,55 €	3,55 €	3,49 €	3,49 €	3,49 €	3,49 €
		3,49 €	3,49 €	3,55 €	3,55 €	3,49 €	3,49 €	3,49 €	3,49 €
		2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €
		2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €	2,19 €
		14,50 €	14,50 €	13,90 €	13,90 €	2,55 €	2,55 €	2,55 €	2,55 €
		2,05 €	2,05 €	2,05 €	2,05 €	2,09 €	2,09 €	2,09 €	2,09 €
		1,79 €	1,79 €	1,79 €	1,79 €	1,79 €	1,79 €	1,79 €	1,79 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6,99 €	6,99 €	6,99 €	6,99 €
		13,95 €	13,95 €	13,69 €	13,69 €	13,69 €	13,69 €	13,69 €	13,69 €
		5,60 €	5,60 €	5,50 €	5,50 €	12,79 €	12,79 €	12,79 €	12,79 €
		6,20 €	6,20 €	6,20 €	6,20 €	14,79 €	14,79 €	14,79 €	14,79 €
		8,20 €	8,20 €	8,20 €	8,20 €	19,49 €	19,49 €	19,49 €	19,49 €
		38,99 €	39,99 €	38,99 €	39,99 €	37,99 €	36,99 €	36,99 €	36,99 €
		48,99 €	48,99 €	48,99 €	48,99 €	47,99 €	47,99 €	47,99 €	47,99 €
		0,00 €	0,00 €	37,99 €	38,99 €	36,99 €	36,99 €	36,99 €	36,99 €
		4,89 €	4,89 €	4,89 €	4,89 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
		4,99 €	4,99 €	4,89 €	4,89 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
		26,49 €	26,49 €	26,49 €	26,49 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1,89 €	1,89 €	1,89 €	1,89 €
		42,99 €	42,90 €	42,69 €	42,49 €	41,99 €	41,99 €	41,99 €	41,99 €
		54,99 €	54,50 €	54,50 €	53,99 €	53,99 €	53,99 €	53,99 €	53,99 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	6,99 €	6,99 €	6,99 €	6,99 €
		8,89 €	8,89 €	8,89 €	8,89 €	8,89 €	8,89 €	8,89 €	8,89 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
		294,87 €	295,29 €	331,13 €	332,42 €	322,26 €	321,26 €	321,26 €	321,26 €

Anonymisiertes Beispiel für Preisüberwachung: Neben Artikelnummern, Texten und Preisen werden Preiserhöhungen bzw. Preisreduzierungen farblich gekennzeichnet ausgegeben.

The screenshot shows the 'Investor Relations' page of Daimler AG. It features several sections: 'Aktuelles' with a red highlight on the date '23. Oktober 2008' and the headline 'Gewinnwarnung: Daimler Truck North America stellt sich auf veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen ein'; 'Neuester Finanzbericht' for Q3 2008; 'Geschäftsbericht 2007' with a PDF download option; 'Präsentationen & Events' for the Paris Motor Show 2008; and 'Aktienrückkauf' information. The page is cluttered with text and small images, with the red highlight being a key visual element.

**Wettbewerbs-Überwachung am Beispiel der Daimler-Webseite: Die Gewinnwarnung vom 23.10.08 wird farblich hervorgehoben gemeldet.**

die direkt beim Bestellvorgang erscheinen, etwa in Form von durchgestrichenen Preisen oder Rot-Preisen. Andere Sonderangebote müssen auf speziellen Schnäppchenseiten gefunden werden –

als Monatsangebot, Super-Sparangebot, Top-Angebot oder unter anderen fantasievollen Namen getarnt. Zusätzlich gibt es Werbeaktionen, die gezielt über Newsletter beworben werden. Auch hierfür kann die Analyse automatisiert werden. Ein österreichisches Software-Unternehmen hat schon vor fast zehn Jahren ein Werkzeug entwickelt (und seither permanent weiterentwickelt), mit dem komfortabel Webseiten analysiert und überwacht werden können. Dieses lässt sich (mit etwas Programmierung und Werkzeug-Kenntnis) recht elegant zur Überwachung von Sonder-

angeboten verwenden: Ein automatischer Suchlauf ermittelt Veränderungen der Webseiten, markiert die Änderungen farblich und schickt interessante Änderungen (was interessant ist, kann

durch Suchworte oder Bereiche auf der Webseite eingegrenzt werden) per E-Mail an die überwachende Stelle. Hersteller und Einkäufer können damit beispielsweise auf interessante Produkte filtern. Ursprüngliche Zielsetzung des Produkts war die Wettbewerbsüberwachung. So könnten beispielsweise auch die kompletten Marketing- oder Produktseiten eines interessanten Herstellers in die Überwachung genommen werden, um bei Produkt-Neuankündigungen oder Änderungen unmittelbar informiert zu sein.

Damit klärt sich auch das Rätsel, wie Sie vor dem Markt von der Entlassung des Geschäftsführers bei Ihrem Wettbewerber erfahren. Aus Haftungsgründen muss mit dem Ausscheiden sofort die Webseite „Impressum“ geändert werden – oftmals rascher, als die Informationsschreiben für die Kunden verteilt sind. Durch Ihre Überwachung dieser Seite sind Sie dem Wettbewerb auch in diesem Punkt eine Nasenspitze voraus.

[www.intellicat.de](http://www.intellicat.de)

## e.bootis

### Lösung für Soennecken-Mitglieder

Als Ergebnis eines intensiven ERP-Auswahlprozesses empfiehlt die Händlerkooperation ihren Mitgliedern als eine von drei Softwarelösungen „e.bootis-ERP II“. „Neben der hohen Funktionsabdeckung ist der flexible Einsatz in den einzelnen Segmenten Bürobedarf, Technik/Kommunikationsdienste und Büromöbel ausschlaggebend gewesen“, erklärt Rolf Wilmsen, Leiter Allianzen & Marketing bei der e.bootis AG die Empfehlung. Das Unternehmen mit Standorten in Essen, Waiblingen und Hamburg hat auf Basis seiner über 25-jährigen Erfahrung die branchenübergreifende ERP II-Lösung auf modernster Java- und NET-Technologie komplett neu entwickelt. Auf großes Interesse ist der Auftritt auf der Soennecken Expo Mitte Oktober in Köln gestoßen. Zahlreiche



**Umfangreiche Lösungen vorgestellt: e.bootis auf der Soennecken Expo**

Soennecken-Mitglieder nutzten die Gelegenheit, sich direkt vor Ort über die „e.bootis-ERP II“-Lösung zu informieren. [www.ebootis.de](http://www.ebootis.de)

## PBSeasy

### In neuem Gewand

Der Branchendienstleister PBS Network hat seinem Online-Bestellsystem PBSeasy ein neues Erscheinungsbild verliehen. Getreu dem Motto „Bewährtes bleibt erhalten und Neues wird integriert“ läuft seit Ende August eine komplett neue Technik hinter dem seit elf Jahren aktiven Online-Bestellsystem. Seit dem Neustart wurden bereits über 200 000 Bestellpositionen abgewickelt. Neben dem attraktiveren und intuitiv bedienbaren neuen Erscheinungsbild werden nach und nach weitere Funktionen und Zusatztools freigeschaltet. Mit diesem neuen Werkzeug bietet PBSeasy eigenen Angaben zufolge sowohl dem Handel als auch der Industrie einen erhöhten Nutzen bei den täglichen Bestellprozessen.

[www.pbsnetwork.de](http://www.pbsnetwork.de)