

eBook

Mit B2B-Integration zu positivem Wachstum

Wie Sie enge Beziehungen aufbauen
und Ihr Geschäft widerstandsfähiger machen

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	3
Gute Gründe für die B2B-Integration.....	4
Wo steht Ihr Unternehmen?	6
Der Weg zur erfolgreichen B2B-Integration.....	9
Aus der Praxis: Beispielhafter Projektplan	11
Was es zu beachten gilt	12
Die EDI-Cloud als Motor für die B2B-Integration.....	13
Was wir für Sie tun können.....	16
Über uns	17

Einleitung

Die Anbindung von Kunden, Lieferanten oder anderen Partnern aus dem Ökosystem ihres Unternehmens ist ein wichtiger strategischer Faktor für das zukünftige Wachstum. Unternehmen, die die Schaffung nachhaltiger und positiver Beziehungen zu ihren Partnern als zentrale Aufgabe definieren, bauen Wettbewerbsvorteile auf und stärken die Widerstandsfähigkeit ihres Geschäfts im Angesicht einer zunehmend komplexer werdenden ökonomischen Umwelt. IT-Führungskräfte spielen in diesem Zusammenhang eine besondere Rolle, denn bei der Planung und Umsetzung nehmen sie eine zentrale Position ein.*

In diesem eBook werfen wir einen Blick darauf, wie IT-Führungskräfte die B2B-Integration strategisch und effizient angehen können, wie sie die aktuelle Situation richtig analysieren und welche Faktoren dabei zu beachten sind.

**Warum IT-Führungskräfte bei der digitalen Transformation, besonders bei der Vernetzung mit Geschäftspartnern, eine gewichtige Rolle einnehmen, lesen Sie in unserem eBook [„Die neue Rolle der IT-Führungskräfte: Key Player bei der digitalen Transformation von Business-Prozessen“](#)*

Gute Gründe für die B2B-Integration

Wieso sollten Unternehmen den Weg der B2B-Integration bestreiten? Die Vorteile liegen klar auf der Hand. Durch die engere Anbindung von Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern schaffen Unternehmen mehr Widerstandsfähigkeit, bilden ein gesundes Ökosystem und legen das Fundament für positives Wachstum, von dem sie selbst, ihre Mitarbeitenden, Kunden, Lieferanten und weitere Stakeholder profitieren. B2B-Integration, vor allem mit Hilfe automatisierter, standardisierter Prozesse, schafft mehr Effizienz, geringere Fehlerquoten und eine Beschleunigung von Bestell-, Rechnungs- und anderen dokumentenbasierten Prozessen. Mitarbeitende werden von repetitiven Aufgaben entlastet und können für höherwertige Tätigkeiten eingesetzt werden, zusätzlich werden Zeit und Kosten eingespart.

Gerade in den letzten Jahren haben die zahlreichen Krisen vielen Unternehmen gezeigt, dass ihre unternehmensübergreifenden Prozesse mehr Aufmerksamkeit verlangen. Einbrechende Lieferketten gefährden das Unternehmen ebenso wie zu lose Beziehungen zu Kunden. Auch gute Verhältnisse zu den weiteren Stakeholdern sind von Nutzen. Gleichzeitig bringt die B2B-Integration Unternehmen auf dem Weg in die digitale Zukunft gleich mehrere Schritte weiter.



Gute Gründe für die B2B-Integration



Mehr Prozesseffizienz

B2B-Integration führt dank Standardisierung und Automatisierung zu nahtlosen Prozessen, die weniger fehleranfällig sind und schneller ablaufen.



Kosteneinsparung

Die Beschleunigung der Prozesse spart Kosten, vor allem durch verringerten zeitlichen Aufwand für die Bearbeitung von Geschäftsvorfällen.



Förderung von Wachstum

Die B2B-Integration fördert das zukünftige Wachstum des Unternehmens durch eine Stärkung der Beziehungen im Ökosystem und der unternehmensübergreifenden Prozesse.



Mehr Nachhaltigkeit

Der Einsatz von automatisierten Prozessen und strukturierten Daten führt zu einem deutlich verminderten Papier- und Platzverbrauch und schont die Umwelt.

B2B-Integration: Wo steht Ihr Unternehmen?

Um die nächsten Schritte adäquat zu planen, ist zunächst eine umfassende Ist-Analyse wichtig. Die Frage, wie hoch der Grad der Vernetzung mit Geschäftspartnern ist, ist nicht immer so leicht zu beantworten. Nicht selten sind über die Jahre Strukturen „nebenher“ gewachsen, ohne dass es fokussierte Maßnahmen zu deren Aufbau gab. IT-Führungskräfte sind hier besonders gefragt, denn die Infrastruktur, über die die vernetzten Prozesse laufen, liegt klassischerweise in ihrer Verantwortung.

Natürlich ist die Situation in jedem Unternehmen individuell zu betrachten. Dennoch lassen sich die meisten Fälle einem der folgenden vier Szenarien zuordnen:

- **Die Vorreiter**
- **Die Durchstarter**
- **Die Reaktiven**
- **Die unbeschriebenen Blätter**

Auf der nächsten Seite finden Sie mehr Infos zu den einzelnen Szenarien!



Die Vorreiter

Das eigene Unternehmen hat die B2B-Integration bereits seit längerer Zeit im strategischen Fokus und zahlreiche Kunden und/oder Lieferanten datentechnisch angebunden. Viele Prozesse bzw. ein großer Teil der entsprechenden Geschäftsdokumente (z.B. Bestellungen oder Rechnungen) werden automatisch ausgetauscht und können dank der genutzten strukturierten Formate effizient weiterverarbeitet werden. Das interne Know-how ist auf einem hohen bzw. sehr hohen Level.

Die Reaktiven

Es gibt bereits vorhandene Anbindungen an einzelne Kunden und/oder Lieferanten. Die Initiative dazu kam von außerhalb. Zumeist tritt dieses Szenario ein, wenn ein wichtiger Kunde und/oder Lieferant auf eine datentechnische Anbindung (per EDI) bestanden hat, damit die Geschäftsbeziehung weitergeht. Das interne Know-how ist stark auf diese speziellen Anbindungen fokussiert. Tendenziell sieht das Unternehmen die Vorteile der B2B-Integration, hat aber noch keine eigene Initiative ergriffen.

Die Durchstarter

Das Thema B2B-Integration ist für das eigene Unternehmen zwar noch recht oder ganz neu, die strategische Relevanz wurde aber erkannt. Es gibt eine konkrete Planung, wie Kunden und/oder Lieferanten in Zukunft effizienter an das Unternehmen angebunden werden sollen. Als nächstes geht es an die konkrete Umsetzung. Durch die noch nicht ausgeprägt vorhandene Erfahrung befindet sich das interne Know-how noch im Aufbau.

Die unbeschriebenen Blätter

Ähnlich wie bei den Reaktiven gibt es, wenn überhaupt, nur einzelne Anbindungen an Kunden und/oder Lieferanten. Das Thema B2B-Integration steht weder aktuell noch auf absehbare Zeit auf der Agenda. Die Prozesse, um Geschäftsdokumente mit Partnern auszutauschen, sind stark manuell geprägt und nicht oder minimal automatisiert. Das interne Know-how zur B2B-Integration ist gering.

Wo stehen Sie?

Die richtige Einschätzung Ihrer individuellen Situation ist der wichtige, erste Schritt für die weiteren Planungen zur Ausweitung der B2B-Integration. Nehmen Sie sich die Zeit, um mit allen relevanten Stakeholdern zu sprechen und die aktuelle Lage genau zu analysieren. Wenn Sie wissen wo Sie starten, ist die Gefahr einer falschen Erwartungshaltung an das kommende Projekt sehr gering. Greift die Analyse zu kurz, laufen Sie Gefahr, dass die Ergebnisse Ihres Projekts nicht den Erwartungen entsprechen und Anschlussprojekte nicht mehr realisiert werden. Die Ergebnisse können durchaus heterogen sein, wenn man die verschiedenen, für die B2B-Integration relevanten Prozesse betrachtet. Möglicherweise ist die Integration auf der Kundenseite (Order-to-Cash) schon weiter fortgeschritten als auf der Lieferantenseite (Source-to-Pay) oder umgekehrt.

Betrachtung der IT-Infrastruktur

Nicht zu vernachlässigen ist die Analyse der bestehenden IT-Infrastruktur. Für die B2B-Integration müssen die richtigen technischen Voraussetzungen vorhanden sein. Welche genau das sind, ist individuell – ein paar Punkte sind aber allgemeingültig, beispielsweise korrekte Schnittstellenbeschreibungen und die Spezifikationen des genutzten Inhouse-Formats. An dieser Stelle sollten Datensicherheit und Datenschutz nicht vergessen werden, schließlich geht es um sensible Daten, die mit den Partnern ausgetauscht werden (sollen).

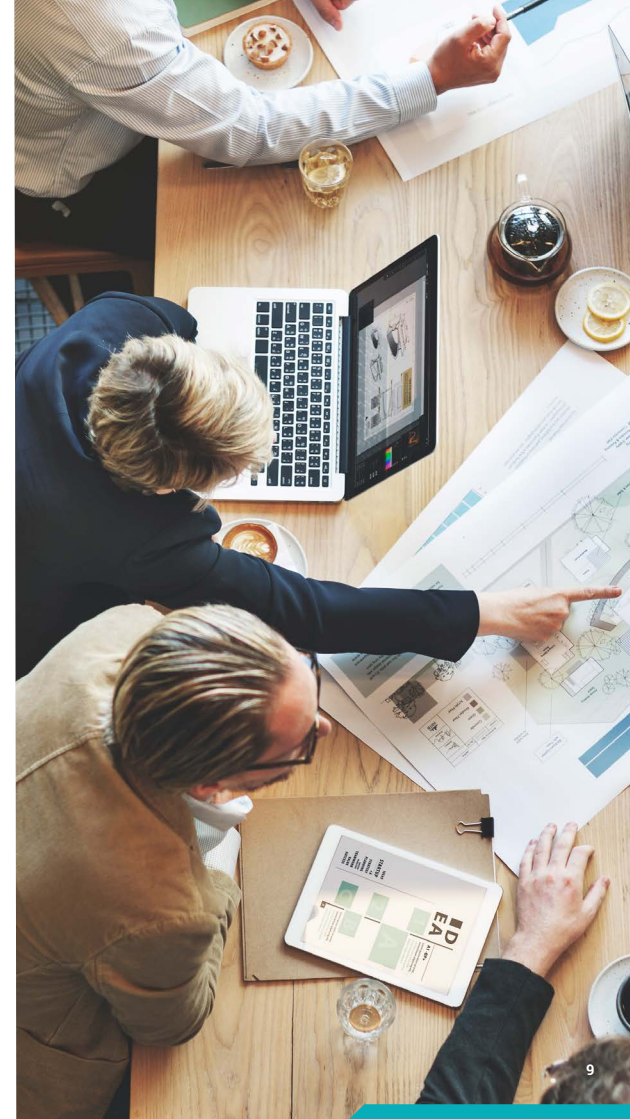


Der Weg zur erfolgreichen B2B-Integration

Nach der erfolgten Ist-Analyse geht es nun ans Eingemachte – die Planung und Umsetzung des Projekts. Bei der Planung gibt es einige wichtige Aspekte zu beachten.

Partneranalyse

Nach der Analyse der internen Situation gilt es, sich einen Überblick über das unternehmenseigene Ökosystem zu verschaffen. Der erste Schritt dazu ist die Kategorisierung der Partnerlandschaft: Welche Kunden, Lieferanten und weiteren Geschäftspartner (z. B. Logistiker, Zentralregulierer) gibt es? In den einzelnen Kategorien sollte zudem im Rahmen einer ABC-Analyse eingeordnet werden, welche Partner besonders wichtig für das eigene Geschäft sind. Der Schritt der Partneranalyse ist deshalb so wichtig, weil er in Kombination mit den Ergebnissen aus der internen Analyse zum einen zeigt, wie weit die Integration der Geschäftspartner bereits fortgeschritten ist und zum anderen bei der Definition der kommenden Ziele eine zentrale Rolle spielt.



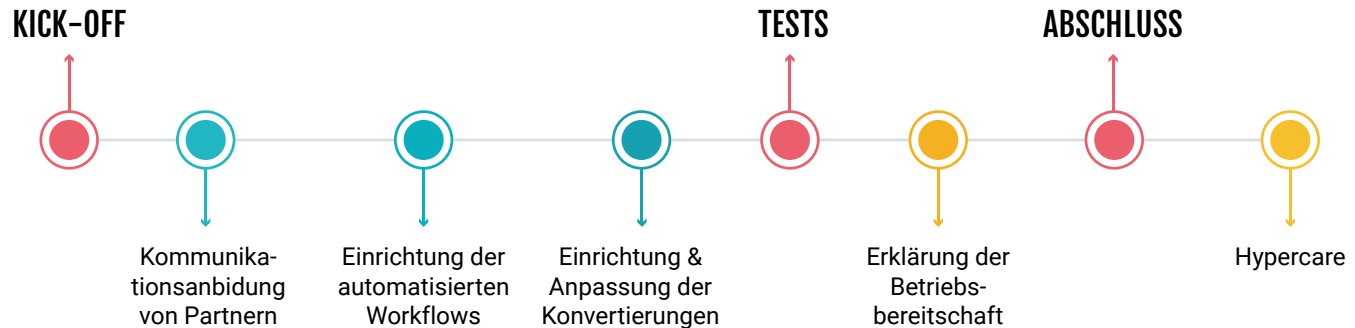
Realistische Ziele

Natürlich soll am Ende des Projekts ein bestimmtes Ziel erreicht werden. Wie schon weiter oben erwähnt, sollte dieses realistisch sein. Beispielsweise ist eine EDI-Anbindung aller Kunden zwar durchaus erstrebenswert, aber im Normalfall nicht zu erreichen. Zum einen wird es Kunden geben, die gar nicht EDI-fähig (oder EDI-willig) sind, zum anderen ist die EDI-Anbindung eines Kunden, der lediglich zwei Bestellungen im Jahr bei Ihnen platziert, wahrscheinlich nicht lohnenswert. Ein realistisch gesetztes Ziel sorgt nicht nur für weniger Frustration, sondern bietet dem Unternehmen auch einen echten Mehrwert. Deshalb sollten die Ziele darauf ausgerichtet sein, zum einen die wichtigsten Prozesse und, daraus resultierend, zum anderen die wichtigsten Partner für diese Prozesse zu integrieren.

Definition von Meilensteinen

Je nach dem, was Sie mit Ihrem Projekt erreichen wollen, sollten Meilensteine festgelegt werden. Ist Ihr Unternehmen bereits so weit, dass nur noch einzelne Partner per EDI angebunden werden, braucht es diese nicht unbedingt. Gerade aber, wenn die B2B-Integration noch in den Startlöchern steht, sind die Meilensteine unabdingbar, denn sie markieren wichtige Punkte der Reise zu einer gelungenen digitalen Transformation und schaffen den Rahmen für den detaillierteren Projektplan. Bei der Definition der Meilensteine sollten sowohl technische als auch kaufmännische Perspektiven berücksichtigt werden, auch wenn die Umsetzung der B2B-Integration mehr in den Aufgabenbereich der IT fällt.

Aus der Praxis: Beispiel eines Projektplans



Dieses Beispiel zeigt wichtige Meilensteine bei der Einrichtung des EDI-Betriebs für ein Unternehmen. Zwischen den Meilensteinen liegen diverse Arbeitsschritte, die auf Basis der individuellen Situation festzulegen sind. Ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Projekts ist zudem die Festlegung der Verantwortlichkeiten und die Einbindung der Geschäftspartner (Kunden, Lieferanten, Zentralregulierer usw.) in die Kommunikation.

Was es zu beachten gilt

Bei der B2B-Integration gibt es, über die bereits bekannten Aspekte hinaus, noch weitere, wichtige Entscheidungen und Einflüsse, die es zu beachten gilt.

Gesetzliche Anforderungen

Beim automatisierten Datenaustausch mit Geschäftspartnern gelten natürlich dieselben gesetzlichen Regelungen wie beim Versand von Geschäftsdokumenten via E-Mail oder postalischen Schreiben. Die elektronischen Dokumente müssen beispielsweise ebenfalls Pflichtinformationen beinhalten und archiviert werden. Ein besonderes Augenmerk liegt auf dem Rechnungsversand und -empfang. Hier gelten in einigen Staaten bereits Verpflichtungen zum elektronischen Rechnungsversand, weitere Staaten werden folgen.

Make or buy? On-Premise oder Cloud?

Die Entscheidung, ob die entsprechende Software und Hardware selbst eingekauft und die B2B-Integration komplett allein aufgebaut oder ein Dienstleister an Bord geholt wird, ist einer der wichtigen Fragen, mit denen sich (IT-)Führungskräfte schon vor Beginn der konkreten Planungen auseinandersetzen müssen. Auch die Frage, ob die „klassische“ On-Premise-Variante oder eine EDI-Cloud eingesetzt wird, fällt in die Kategorie der Grundsatzentscheidungen.

Am Puls der Zeit bleiben

Nach dem Aufbau der Infrastruktur und dem Anlaufen des EDI-Betriebs ist die Reise nicht zu Ende. Um immer die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen – oder um zumindest nicht andauernd Fehler ausbessern zu müssen – verlangen die EDI-Systeme eine laufende Wartung und sollten regelmäßig auf den neuesten Stand gebracht werden. Dazu gehört auch, dass intern eine gewisse EDI-Expertise aufgebaut wird und personelle Ressourcen vorgehalten werden.

Die Cloud als Motor für die erfolgreiche B2B-Integration

Beschäftigen wir uns näher mit der Frage, wie die B2B-Integration technisch abgebildet werden sollte. In früheren Jahren haben vor allem größere Unternehmen oftmals auf den Aufbau einer eigenen Infrastruktur, bestehend aus Hard- und Software, gesetzt. Mittlerweile verlagern immer mehr Unternehmen ihren EDI-Betrieb in die Cloud. Die Gründe dafür sind vielfältig.

Geringere Kosten

Gerade in den Fällen, in denen die B2B-Integration noch am Anfang steht, ist der Kostenfaktor oft ausschlaggebend für die Entscheidung pro Cloud. Die Anschaffung und der Aufbau einer eigenen Infrastruktur sind kostspielig, zusätzlich müssen Mitarbeitende geschult oder eingestellt werden. Die Cloud bietet den Vorteil, dass sich Unternehmen in eine bestehende, etablierte Umgebung „einkaufen“ können. Natürlich fallen für die Anbindung an die Cloud ebenfalls Kosten an, diese sind jedoch in aller Regel gut kalkulierbar und bewegen sich deutlich unterhalb der Kosten für den Aufbau einer eigenen Infrastruktur.

Im laufenden Betrieb bieten Cloud-Lösungen den Vorteil von gut kalkulierbaren Kosten, in denen zusätzliche Faktoren wie Wartungen und Updates bereits abgedeckt sind.



Wegfall von Wartungen und Updates

Wie bereits weiter oben beschrieben: Auch nach dem Aufbau eines EDI-Betriebs ist die Reise nicht zu Ende. Damit der Austausch von Geschäftsnachrichten über einen längeren Zeitraum funktioniert, müssen regelmäßig Updates und Wartungen durchgeführt werden. Das verlangt nicht nur finanzielle Ressourcen, sondern auch Expertise. Bei Einsatz einer Cloud fallen diese Faktoren weg, da alle nötigen Anpassungen durch den Anbieter derselben übernommen werden. Die mit der B2B-Integration betrauten Mitarbeitenden können sich ganz auf die interne Datenverarbeitung konzentrieren.

Reduzierung der Komplexität

Der Begriff „Komplexität“ ist schon mehrmals gefallen: B2B-Integration bzw. EDI ist ein technisches, komplexes Thema, das viel Fachwissen verlangt. Gerade Neulinge fühlen sich im Dschungel der verschiedenen Standards, Formate, Nachrichtenarten und Übertragungswege oftmals überfordert. Zusätzlich müssen bei einem Inhouse-Betrieb die diversen Anforderungen der Geschäftspartner individuell abgebildet werden. Der Einsatz einer Cloud-Lösung reduziert diese Komplexität spürbar. Nicht nur der Grad an benötigter Expertise nimmt ab, sondern auch die technische Komplexität selbst. Anstelle von diversen Anbindungen an die Inhouse-Systeme benötigt ein Unternehmen nur noch eine Schnittstelle zur EDI-Cloud, über die der gesamte Betrieb laufen kann.

Einfachere Anbindung von Partnern

Damit die Effizienz automatisierter Prozesse auf ganzer Breite zum Tragen kommt, sollten möglichst viele Geschäftspartner per EDI angeschlossen werden. Im Inhouse-Betrieb kann das durchaus eine Herausforderung darstellen, denn neue Anforderungen eines Partners bedeuten immer neuen Aufwand. Ein Cloud-Anbieter kennt bereits diverse Anforderungen (z. B. verschiedene Nachrichtenstandards) und kann dieses Wissen immer wiederverwenden. Partneranbindungen funktionieren deshalb schneller und reibungsloser, sodass innerhalb kürzester Zeit Daten automatisiert ausgetauscht werden können.

Bessere Performance & Sicherheit

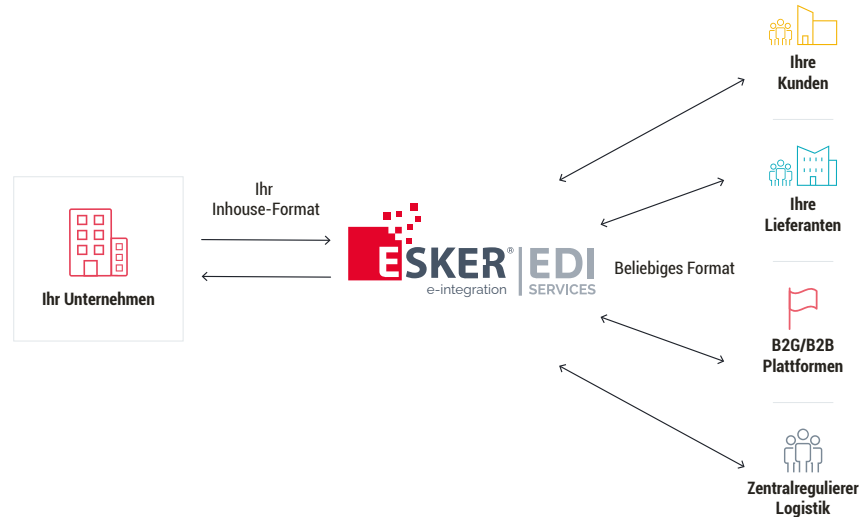
In vielen Branchen gibt es saisonale Spitzen, die zu einem erhöhten Nachrichtenaufkommen führen. Ein Inhouse-Betrieb muss diese Spitzen abfangen können, ohne dass die Server überlastet werden und die Daten nicht mehr von A nach B laufen können. Eine EDI-Cloud bietet dahingehend Skalierungsvorteile, da die Infrastruktur für große Datenmengen ausgelegt ist und somit Spitzen leicht verarbeitet werden können. In Sachen Sicherheit steht die Cloud Inhouse-Systemen mittlerweile in nichts mehr nach: Zahlreiche Sicherheitsvorkehrungen schaffen einen geschützten Datenfluss. Anbieter von EDI-Clouds legen großen Wert auf Datenschutz und -sicherheit und verfügen über Redundanzen für den Fall der Fälle.

Was wir für Sie tun können

Die komplette B2B-Integration aus einer Hand

Mit der Esker EDI Cloud bietet Esker EDI Services eine einheitliche Schnittstelle für den Datenaustausch mit Ihren Geschäftspartnern. Die cloudbasierte Lösung übernimmt alle Aufgaben: Von der Konvertierung über den Versand bis hin zur Archivierung.

Für IT-Führungskräfte bietet Esker EDI Services den Vorteil einer fertigen Lösung, die direkt an die bestehende Systemlandschaft angedockt werden und dennoch problemlos individuelle Anforderungen hinsichtlich Formaten, Sicherheit und Übertragungsmethoden abbilden kann. Unsere Teams begleiten Sie auf Augenhöhe durch Ihr Projekt, übernehmen die Kommunikation mit Geschäftspartnern und Drittanbietern (z. B. Plattformen oder Service-Providern Ihrer Partner) und sorgen dafür, dass der Nachrichtenverkehr so läuft, wie er soll: Zuverlässig, fehlerfrei und effizient im Hintergrund.



Über uns

Hallo, wir sind Esker EDI Services, der EDI-Spezialist des Esker-Konzerns und verbessern die alltäglichen Prozesse zwischen Geschäftspartnern nachhaltig. Der elektronische Datenaustausch in der Esker EDI Cloud ersetzt manuelle, langwierige Abläufe durch digitale, standardisierte Verfahren. Unternehmen verringern nicht wertschöpfende Aufwände und beschleunigen ihr Kerngeschäft. Wir sind Teil von Esker, einer globalen Cloud-Plattform, die einen strategischen Mehrwert für Finanz- und Kundendienstabteilungen schafft und die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen durch Automatisierung des Cash-Conversion-Cycles stärkt. Esker wurde 1985 gegründet und ist in Nordamerika, Lateinamerika, Europa und im asiatisch-pazifischen Raum tätig. Der globale Hauptsitz befindet sich in Lyon, Frankreich, die deutschen Standorte in München und Ratingen. Unsere Kunden nutzen unsere Cloud-Lösungen, um die Effizienz, Produktivität und Transparenz ihrer Source-to-Pay (S2P)- und Order-to-Cash (O2C)-Prozesse zu erhöhen.

**> 35
Jahre**

Erfahrung mit B2B- &
B2G-Datenaustausch

**> 600
Kunden**

aus verschiedenen Branchen
nutzen die Esker EDI Cloud

**> 4.000
Unternehmen**

sind an unser EDI-
Netzwerk angeschlossen

**> 1,5 Mio.
Nachrichten**

werden monatlich über unsere
Systeme versendet



www.esker.de/edi