

GASTKOMMENTAR

Smarte
Technologie

HELMUT WEITZER, CROSSDESIGN

Wir leben in einer Zeit, in der praktisch täglich irgendwo was Neues auf den Markt kommt.

Ganz besonders kurz sind die Zyklen im Bereich der Technologie – konkret bei Software und Tools, die das Leben einfacher und effizienter machen sollen. Es grenzt schon an eine Herkules-Aufgabe, in diesem Wirrwarr den Überblick zu bewahren und dann auch noch herauszufinden, welches der Werkzeuge wem, wann, wie helfen kann ...

Hype vs. Nachhaltigkeit

Besonders interessant ist es, sich nach einigen Jahren mit diesen Technologien (Hypes) auseinanderzusetzen und zu analysieren, was daraus geworden ist. Eines der ersten Schlagworte, die mir in den Sinn kommen, ist immer das ‚papierlose Büro‘. Wer heute einen Blick auf seinen Schreibtisch wirft, wird vieles darauf finden – papierlos wird es aber sicher nicht sein. (Dass z.B. ganze Abläufe heute elektronisch abgebildet oder Poststücke gescannt und digital zugestellt werden, ist mir schon klar – wirklich papierlos sind deshalb aber die wenigsten Abläufe in Firmen geworden.)

Smart und zentral

Auf den zweiten Blick zeigt sich, dass ein Schlüsselfaktor für den Erfolg einer Technologie in der Konsequenz der Umsetzung liegt. Wenn Sie heute Ihre Produktkataloge beispielsweise ‚intelligent‘ produzieren wollen (‚Database Publishing‘ wäre das passende Schlagwort dazu), setzt das voraus, dass Ihr Produkt in einer Datenbank oder in einer datenbankähnlichen Form vorhanden ist (inkl. Bilder und technische Details). Kaum jemand wird auf die Idee kommen, dass es heute Firmen gibt, die das nicht haben – ihr Sortiment digital in einer Datenbank zur Erstellung von Angeboten, Rechnungen usw. Ein einfacher Blick in ein beliebiges PDF eines Produktkatalogs offenbart aber meist etwas ganz anderes.

Vorteile nutzen

Gerade Database Publishing ist eine Technologie, die heute ausgereift ist, Ihnen Geschwindigkeit und Sicherheit bietet.

Warum wird sie dann nur in Ausnahmefällen angewandt? Liegt es am Verständnis? An zu vielen Schnittstellen im Unternehmen? Oder doch daran, dass man seine Komfortzone verlassen muss und gewohntes in Frage stellt?

Mehr zum Thema gern persönlich oder unter www.crossdesign.at

Vorgabe der EC Elektronische Kommunikation in öffentlichen Ausschreibungen ab Oktober 2018 verpflichtend

E-Procurement einführen – Pflicht oder Kür?

Die frühzeitige Auseinandersetzung mit der Thematik eröffnet Chancen für Prozessoptimierungen.

Wien. Die Europäische Kommission hat mit ihrer Neuauflage der Beschaffungs-Richtlinien 2014/24/EU (klassische öffentliche Auftraggeber), 2014/25/EU (Sektorenauftraggeber) sowie 2014/23/EU (Konzessionsvergabe) die bislang gültige Wahlfreiheit zur Verwendung elektronischer Medien in öffentlichen Vergabeverfahren durch eine Verpflichtung ersetzt.

Die Richtlinie fordert dabei u.a. die elektronische Bekanntmachung von Unterlagen, die Verwendung elektronischer Teilnahme- und Ausschreibungsunterlagen sowie die rein elektronische Abwicklung der Bieterkommunikation.

Diese Vorgaben sind für öffentliche Beschaffer bis 18.10.2018 umzusetzen, für zentrale Beschaffer laut Anhang V BVergG sogar bis 18.4.2016.

Der Status quo

Österreichische öffentliche Beschaffer – insbesondere die „großen“ – sehen sich angesichts dieser Richtlinie aktuell mit der Herausforderung konfrontiert, dass die elektronische Unterstützung der Prozesse (Bedarfsermittlung, Planung/Budgetierung, Bestellwesen, Eingangsrechnungsverarbeitung, ...) nicht oder nicht flächendeckend und einheitlich vorhanden ist. Kombinationen aus Standardsoftware und Eigenentwicklungen machen es schwer, den Benutzern – Bietern und eigene Mitarbeiter – eine einheitliche und durchgängige Lösung anzubieten.

Dazu kommt, dass Beschaffungsprozesse in den verschiedenen Organisationsteilen unterschiedlich gelebt werden; nicht jeder öffentliche Beschaffer wickelt alle seine Einkäufe einheitlich und über eine zentrale Einheit ab.



Markus Schett, E-Procurement-Experte bei 42virtual: Der 18.10.2018 kommt bald ...

Zur Bewältigung dieser Herausforderung bedarf es einer zielgerichteten Umsetzungs- und Einführungsstrategie. „Warten“ als Ansatz scheint verlockend zu sein.

Es existieren Standardprodukte für die elektronische Bieterkommunikation sowie Angebotsabgabe und -öffnung am Markt, darunter auch gehostete Lösungen. Die Anpassung der Prozesse sowie die Integration ins Backoffice können später immer noch erfolgen.

Die Pflicht als Chance

Markus Schett, bei 42virtual zuständig für das Thema E-Procurement: „So ein Ansatz klingt wie ein kompakter Plan, kann aber mittelfristig teuer werden.“ Ein Gedankenexperiment dazu: Stellen Sie sich vor, Sie beschaffen eine

Lieferleistung mit 120 Teilpositionen über eine E-Procurement-Plattform und erhalten als Teil der Angebote der Bieter elektronische Kataloge mit Einzelpreisen und strukturierten Detailinformationen je Artikel. Stellen Sie sich weiter vor, Sie transferieren diese Daten nun in Ihr bestehendes Bestellsystem.

Und nun kommt die Horrorvision: Sie müssten dazu die Daten abschreiben ...

Das richtige Scoping des Vorhabens ist für Schett Voraussetzung für den Erfolg: „Die Gefahr bei einem kurzfristig gedachten ‚einfachen‘ Lösungsansatz ist, dass man in ein lokales Optimum läuft. Zukünftige Kostentreiber sind insbesondere Medienbrüche in der Abarbeitung der Beschaffungsfälle, sie erzeugen zudem unnötige Qualitätsrisiken.“

Es ist sinnvoll, die Richtlinie als Anlass zu nehmen, die Beschaffungsprozesse in der eigenen Organisation zu analysieren und auch zu verbessern – nämlich so, dass sie optimal mit der Ziellösung übereinstimmen. Und unter diesen Aspekten betrachtet, ist der 18.10.2018 nicht mehr so weit entfernt ...

Größer denken

Noch ein Gedankenexperiment: Stellen Sie sich vor, Sie schaffen es, Ihre Beschaffungsprozesse in vollem Umfang zu betrachten. Imaginieren Sie, dass Sie erkennen, dass Sie durch die Schaffung von zwei System-Schnittstellen und durch eine lokale Reorganisation in drei Abteilungen 90% Ihres Einkaufsvolumens gleichartig abwickeln können und für 100% Ihrer Beschaffungen einen exakten Status auf Tagesbasis haben.

Gewiss ist die anfängliche Investition in die zu errichtende IT-Lösung größer und Sie müssen sich einer potenziell unangenehmen Reorganisation-Aufgabe stellen. Mittelfristig werden Sie so aber Kosten sparen, bessere Entscheidungen treffen und damit notwendige Budgetmaßnahmen im öffentlichen Bereich entspannter betrachten können.

„Bei der Einführung von E-Procurement geht es nicht um die Software, sondern um die gesamthafte Betrachtung“, fasst Schett zusammen. „Bei einer zielorientierten Beratung in so einem Projekt legen wir genau darauf den Fokus. Es geht darum, die Prozesse, die Organisation und die IT in einer Gesamtlösung zusammenzubringen. Und diesen Change zu moderieren, sehen wir als unseren Beitrag in einem derartigen Vorhaben!“ (pj) www.42virtual.com

KWR Inhouse-Seminar Damit die tolle Werbekampagne nicht zum Bumerang wird

Was im Werberecht möglich ist

Wien. „Wer nicht wirbt, stirbt“, zitierte Werberechtsexpertin Barbara Kuchar beim KWR-Seminar am 15.4. den erfolgreichen Unternehmer Henry Ford und wies gleich eingangs darauf hin, dass Werbung ein unerlässliches Mittel für jedes erfolgreiche Unternehmen sei, man hier jedoch bestimmte Spielregeln zu beachten habe.

Gemeinsam mit dem Werbeexperten David Petermann (Executive Creative Director der Online-Marketing Agentur Wunderman PXP) legte Kuchar die werberechtlichen „Dos and Dont's“ anhand zahlreicher Praxisbeispiele dar.

Experten-Know-how nötig

„Um zu verhindern, dass wirklich gute Werbekampagnen noch kurz vor der Veröffentlichung gestoppt oder gar bereits veröffentlichte Werbemaßnahmen wieder zurückgeholt werden müssen, weil sie gegen Marken-, Urheber- oder Persönlichkeitsrechte verstoßen, ist es sinnvoll, sich gleich von Beginn an juristischen Input zu holen. Es kann sehr frustrierend sein,

wenn bereits viel Kreativität, Arbeitszeit und Einsatz geleistet wurde, die Kampagne jedoch dann rechtlich nicht zulässig ist“, warnte Kuchar vor übereilten Werbemaßnahmen.

Was rechtlich möglich ist

Petermann bestätigte dies aus Sicht des Werbepraktikers und rät zu einer rechtlichen Absiche-

rung im Vorfeld: „Bei uns geht keine Kampagne auf den Markt, bevor wir uns nicht eine rechtliche Freigabe geholt haben“, so Petermann.

Gemeinsam zeigten die beiden Vortragenden anhand unterschiedlicher Werbekampagnen die Möglichkeiten der Kreativität und was die Gerichte dazu sagen, auf, was unter den Teilnehmern für einigiges Amusement sorgte ... (red)



KWR-Werberechtsexpertin Barbara Kuchar, David Petermann (Wunderman PXP).

Steuer Vorschreibung Korrekturpflicht auch bei 17 €

Wien. Das Finanzamt hatte einem Steuerpflichtigen zu viel an Körperschaftsteuer vorgeschrieben.

Der Steuerpflichtige wandte sich daraufhin an das Bundesfinanzgericht. Für dieses bestand aufgrund der Geringfügigkeit der zu hohen Steuerbelastung allerdings kein Grund, die Steuervorschreibung zu ändern.

Der VwGH denkt anders

In seiner Erkenntnis vom 24. März 2015, Ro 2014/15/0042, hat der Verwaltungsgerichtshof dieser Vorgehensweise eine Absage erteilt und stellte klar, dass unrichtige Abgabebemessungen auch dann aufgegriffen werden müssen, wenn diese – nach Ansicht des Bundesfinanzgerichts – nur geringfügige steuerliche Auswirkungen zur Folge haben.

Der Verwaltungsgerichtshof hat daher den die Körperschaftsteuer betreffenden Teil der Entscheidung des Bundesfinanzgerichts aufgehoben. Die „geringfügige Auswirkung“ betrug rund 17 €. (red)