

Im Einkauf liegt der Gewinn

Auf den richtigen Methodenmix bei der Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen kommt es an.



Herbert Baumann

Beginnend in der Investitionsgüter-Marktforschung und Beratung ist Herbert Baumann seit 1987 als selbständiger

- **Consultant**
- **Interim Manager**
- **Business Coach**
- **Beirat**

tätig. Er begleitet produzierende Unternehmen verschiedenster Größenordnung bei strategischen sowie operativen Fragen und Problemstellungen.



Mitglied in der Dachgesellschaft Deutscher Interim Manager



Mitglied im Marketing Club München



Kontakt:

Office Aufkirchen
Am Gartenfeld 16
D - 82281 Aufkirchen

Office München
Beethovenplatz 2
D - 80336 München

Tel.: +49 - 8145 - 99 66 40
Fax: +49 - 8145 - 99 77 20

E-Mail:
H.Baumann@BMC-Muenchen.com

Website:
www.BMC-Muenchen.com

Bildquelle: © Sashkin / fotolia.com



Die Weisheit, dass der Gewinn im Einkauf liegt, ist so alt wie das industrielle Zeitalter und hat dennoch bis heute seine Gültigkeit behalten. Sie hat sogar durch die modernen Kommunikationstechniken sowie die Globalisierung – insbesondere aber in Zeiten unternehmerischer Herausforderungen – an Bedeutung gewonnen.

Die Rezeptur zur erfolgreichen Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen, einhergehend mit der Minimierung der gesamten Kosten (TCO: Total Cost of Ownership) basiert auf dem richtigen Methoden-Mix bei der Beschaffung der verschiedenen Gruppen des unternehmensspezifischen Warenkorbes. Zwischen dem online-Einkauf von C-Teilen durch E-Procurement-Instrumente und der Nutzung von Einkaufs-Allianzen für strategische Warengruppen und Rohstoffe spannt sich ein breiter Bogen von Lösungen. Im Gegensatz zu Maßnahmen im Vertrieb oder organisatorischen Umstrukturierungen können hier relativ schnell sehr gute Ergebnisse (Erfahrungswert für Einsparungen: ø 14%) erzielt werden, die zeitnah ergebniswirksam werden.

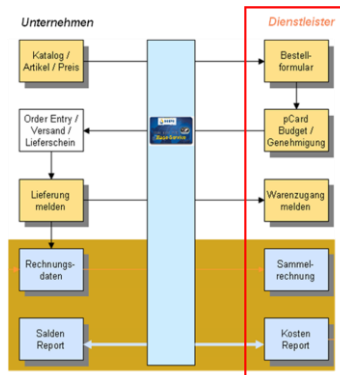
Typische Ausgangssituation

- Hoher Anteil wiederkehrender Güter mit niedrigem Wert (C-Teile)
- Viele, häufig inaktive, Lieferanten, davon jeweils mehrere für eine Warengruppe
- Unzureichende Datenbasis für Warengruppenanalyse und –management
- geringer strategischer Ausrichtungsgrad

- Zeit- und kostenaufwendige Bestellvorgänge (laut BME: 98,- € je Best.) vom Anforderer bis zum Lieferanten
- Fehleinkäufe durch interne Missverständnisse und unzureichende Artikelbeschreibung

Lösung C-Teile Einkauf

Die elektronische Beschaffung (E-Procurement) ermöglicht über eine Vorauswahl von Kataloganbietern mit vorverhandelten Konditionen eine höchsteffiziente und kostengünstige Beschaffung wiederkehrender Standardteile.



Die Bestellung erfolgt über eine vom Dienstleister bereitgestellte Software. Im Unternehmen verbleiben folgende Aufgaben:

1. Produktauswahl aus online-Katalog (auch untern.-spez. Hauskataloge)
2. Direkte Bestellung vom Bedarfsträger (ohne Einkauf)
3. Ggf. Genehmigung durch Vorgesetzten (über Budget)
4. Wareneingangsmeldung (auch automatisch)
5. Bezahlung einer Sammelrechnung am Monatsende

Als Zusatzeffekt lassen sich über solche Modelle auch verschiedenste Kostenreports abrufen (EK-Controlling).

Der Erfolg bei C-Teilen

- Reduktion der EK-Preise: > 10%
- Red. der Prozesskosten: > 20%

Lösung direkte Güter und A-Teile

Bei der Beschaffung von Gütern, die in die Produkte einfließen (direkte Güter) oder Warengruppen mit hohem Einkaufsvolumen (Rohstoffe, Frachten, Verpackung, Motoren) stehen die Einkaufskonditionen im Vordergrund.

Hier gilt es, neben den klassischen Verhandlungen mit den Lieferanten, Bedarfe zu bündeln. So schließen sich z.B. mehrere Unternehmen mit vergleichbaren Einkaufsinteressen zur Optimierung der volumenstärksten Warengruppen zusammen und kaufen „zentral“ durch 1 Einkäufer ein. Solche Allianzen werden häufig durch Unternehmen selbst organisiert und sind meist vertikal, d.h. nach Branche ausgerichtet (z.B. EK-Genossenschaft für die Textilindustrie). Eine solche Organisationsform ist relativ mühsam und beinhaltet auch Interessenkonflikte, da die Mitglieder im Wettbewerb stehen.

Alternativ dazu bieten Einkaufsdienstleister branchenübergreifende Allianzen an, in denen nicht nur Bedarfe gebündelt werden, sondern auch spezielle Einkaufskompetenz für einzelne Warengruppen zur Verfügung steht.



Der Erfolg bei direkten Gütern

- Reduktion der EK-Preise: > 5%
- Synergien bei Sonderprodukten

Herzlichst
Ihr