

methoden und arbeitshilfen

c-teile-management

Weniger Lieferanten bedeutet weniger Kosten

Matthias Großmann



Jeder Lieferant bedeutet Zeitaufwand. Der Einkäufer muss Kataloge wälzen, Spezifikationen verschicken, Angebote einholen, Preisvergleiche durchführen, Bestellungen veranlassen, Reklamationen bearbeiten, eventuell Jahresgespräche führen. Auf die Frage, mit wie vielen Lieferanten ein Unternehmen zusammenarbeitet, kommen jedoch oft unklare Aussagen. Häufig fehlt eine Lieferantenliste mit Produkten, Mengen, Preisen und Umsätzen, die Transparenz schafft.

Einkaufsanalysen zeigen, dass Unternehmen oft mehr als 1.000 Lieferanten haben, aufgeteilt in A-, B- und C-Lieferanten. Erfahrungsgemäß sind 75% der Zulieferer Lieferanten von C-Teilen, die im Durchschnitt jedoch nur 5% des gesamten Einkaufsvolumens ausmachen. Typische C-Teile sind Produkte mit geringem Einkaufsumsatz pro Jahr, zum Beispiel Büromaterial, Sanitärartikel, Werkzeuge und Verbindungselemente. Eine Optimierung der Lieferantenzahl in diesem Bereich reduziert nicht nur den Verwaltungsaufwand, sondern verbessert auch meistens die Preise und Konditionen bei den verbleibenden Lieferanten.

Welche Möglichkeiten haben Sie, die Zahl der Lieferanten zu verringern? Anstatt für jedes Einzelprodukt den günstigsten Lieferanten zu wählen, können Sie Pakete verschiedener Produkte einer Materialgruppe schnüren. Entscheidend ist nicht das Einzelteil, sondern der verhandelte Paketpreis. „Kann der Lieferant eine Leistung übernehmen?“ ist eine weitere Frage, die Sie sich stellen können. Arbeiten Sie beispielsweise mit zwei Lieferanten zusammen, die Einzelteile an Sie liefern, die dann in Ihrem Unternehmen montiert werden?

Künftig könnte einer der beiden, der so genannte Systemlieferant, diese Montage übernehmen. Der andere liefert sein Einzelteil direkt an den Systemlieferanten. Für Sie als Kunden hat es den Vorteil, dass Sie nur noch einen Ansprechpartner haben, der für Sie sogar die Montage übernimmt. Im Fachjargon nennt man diese Vorgehensweise auch „Modularisierung“ oder „Tier Approach“.

E-Procurement mit Full-Service-Provider

Ein anderes Mittel, um die Anzahl von C-Lieferanten zu reduzieren, ist das E-Procurement mit einem Full-Service-Provider. In der Praxis sieht das so aus, dass einige Personen im Unternehmen – die so genannten „User“ – über das Internet eine Zugangsmöglichkeit zu diesem Dienstleister erhalten. Die Nutzer bestellen für ihre Abteilung sämtliche C-Teile aus dem umfassenden elektronischen Katalog direkt im Internet, die Lieferung erfolgt innerhalb weniger Tage direkt an die Kostenstelle. Es gibt keine Einzelrechnungen, sondern monatlich eine Sammelrechnung. Auch dem Missbrauch, mehr zu bestellen als notwendig, wird vorge-

Das sollten Sie beachten:

- ▶ Bündeln Sie C-Teile zu „Paketen“
- ▶ Machen Sie passende Lieferanten zu Systemlieferanten
- ▶ Arbeiten Sie mit Full-Service-Providern zusammen

beugt, indem pro User ein festes Budget vereinbart wird. Eine Überziehung des Budgets hat automatisch eine Bestellsperre zur Folge. Diese Methode hat viele Vorteile. Der größte ist die Reduzierung von einigen hundert Lieferanten auf einen einzigen Full-Service-Dienstleister. Der Kunde spart sich ein Menge Verwaltungsaufwand und Prozesskosten.

Daneben gibt es noch eine Reihe weiterer Methoden, wie auch der Mittelstand seine Beschaffungskosten optimieren kann. Entscheidend ist, diese Methoden konsequent anzuwenden. Doch hier liegt noch vieles im Argen: Die Fortbildung der Einkäufer ist in vielen mittelständischen Unternehmen ein Fremdwort. Das Tagesgeschäft lässt kaum Zeit, über den Tellerrand zu blicken. Einen weiteren Mitarbeiter im Einkauf einzustellen rechnet sich nicht. Eine Lösung könnte sein, einen externen Einkaufsberater hinzuzuziehen, der all jene Projekte übernimmt, die von den eigenen Mitarbeitern wegen Zeitmangels nicht in Angriff genommen werden können. Oft arbeitet der Berater auf Erfolgsbasis, so dass dem Unternehmer erst dann eine Gebühr entsteht, wenn der externe Berater auch tatsächlich Einsparungen vorweisen kann.

Der Autor leitet das Institut „MGS Training und Beratung“, das auf das Training von Einkäufern spezialisiert ist. Er ist unter anderem Verfasser des im Ueberreuter Verlag erschienenen Buches „Einkauf leicht gemacht“.

▶ Für weitere Informationen:

Kerstin Höfer

Tel.: 0 60 21/4 48-5 16

E-Mail: info@einkaufstraining.de

Internet: www.einkaufstraining.de