

## Der Einkauf: Das „Mauerblümchen“ im Betrieb

Bei der Analyse der Zahlen des Jahresabschlusses stellt sich jedes Jahr aufs Neue die Frage nach möglichen Stellschrauben, um den Erfolg des eigenen Unternehmens zu verbessern. Die Strategien zur Zielerreichung sind dabei vielfältig: von Wachstum mit Marketingaktivitäten über Prozessoptimierungen mit digitalen Geschäftsprozessen und schlussendlich auch dem altbewährten Streben nach Kostenreduktion. Dabei stellen Kosten als einziger recht stabiler Faktor eine zuverlässige Größe für die Jahresplanung dar.

Hierbei nehmen neben den Personalkosten die Materialkosten mit durchschnittlich 60% einen der größten Kostenblöcke eines Handwerksbetriebes ein. Der Blick auf die eigene Einkaufsstrategie lohnt sich und macht sich konkret in den Kosten und damit eurem Gewinn bemerkbar. Das ist euch zwar meist einerseits bewusst – andererseits nehmt ihr euch dem Thema im Zeitdruck des Tagesgeschäftes oft zu selten an und darunter leidet nicht nur die Qualität des operativen Einkaufs, sondern auch eure strategische Ausrichtung.

Dabei wird der Durchblick und die anzustrebende Optimierung durch die mangelnde Transparenz auf dem Markt, die unüberschaubare Preispolitik von Lieferanten sowie immer differenzierter werdende Wertschöpfungsketten erschwert. Die Notwendigkeit einer nachhaltigen und effektiven Vorgehensweise rückt immer mehr in den Vordergrund. Dabei sollte der Einkauf nie isoliert von anderen Prozessen betrachtet werden. Der volle Nutzen liegt in der optimierten Einbettung in die gesamten Betriebsabläufe. So individuell wie Ihr als Handwerksbetriebe seid, so individuell und angemessen muss euer Konzept auch hier sein.

Wenn Ihr eine Strategie für Euren Betrieb festlegt, solltet Ihr Eure Ziele konkret festlegen und die IST-Situation analysieren. Wo stehe ich? Wie sieht mein Wunschzettel als Ziel aus und wie komme ich konkret dahin?

Um ein permanentes Controlling sicherzustellen, sollten Kriterien festgelegt werden, welche Eure Lieferanten erfüllen sollten. Die Erfüllung der Kriterien bedarf einer ständigen Überprüfung, denn: „Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser“.

Wenn man sich die Möglichkeiten der Preisgestaltung ansieht, macht eine Inventur in den Bereichen Skonto, Boni, Rückvergütungen und Dienstleistungspauschalen wie Frachtkosten durchaus Sinn. Hier gilt ganz klar: Alles ist Verhandlungssache! Zudem stehen Jahrespreise bei regelmäßig benötigten Materialien grundsätzlich Objektpreisen nicht im Weg. Nutzt Euren Auftragsvorlauf, um gebündelt Materialien anzufragen, die Ihr dann kommissionsweise abrufen. So erzielt Ihr einen guten Preis und stellt Euch das Lager nicht zu.

Um die eigene Produktivität zu erhöhen, können das lieferantenseitige Kommissionieren und Lieferungen zur Baustelle Abhilfe schaffen. Nutzt den Service Eurer Lieferanten und bettet diesen in Eure Abläufe ein, schließlich bezahlt Ihr den Service nicht dafür, dass andere diesen nutzen.

Eine gut eingespielte Zusammenarbeit mit Euren Lieferanten vereinfacht die Abwicklung der Lieferungen. Das heißt die Lieferanten sollten Eure Abläufe kennen und Ihr die der Lieferanten. So können beide Seiten entsprechend planen und zur beidseitigen Zufriedenheit zusammenarbeiten.

Prüft zur Vorbereitung auf Verhandlungen den Gesamtumsatz, den Ihr bei einem Lieferanten generieren würdet und stellt so fest, welchen Anreiz und welches Potential Ihr als Kunde bietet. Legt so Euren Stellenwert fest und verhandelt geschickt nach dem Harvard-Modell: Weich auf Beziehungsebene und hart auf Sachebene!

Wir wünschen gutes Gelingen...

Euer Team der

L & P Unternehmensberatung GmbH

Bei Fragen wendet euch gerne an Margarete Karnischky unter [margarete.karnischky@lup-beratung.de](mailto:margarete.karnischky@lup-beratung.de) oder 02751-93636.