

## 11 Jahre Melioris

Diesen Monat feiert Melioris sein 11-jähriges Bestehen! Zu dieser Gelegenheit wollen wir unseren Mitarbeitern für ihr Engagement und unseren Kunden für ihr Vertrauen danken, das sie uns in diesen 11 Jahren immer wieder neu bewiesen haben.



11 Jahre – das bedeutet auch einen reichen Erfahrungsschatz und viele Erfolge im Einkauf, mit denen wir unseren Kunden Mehrwert verschaffen konnten. Bei der Gründung von Melioris war ein Euro CHF 1.57 wert – diese Zeiten sind lange vorbei! Schon als sich der Euro im Dezember 2011 bei CHF 1.20 stabilisierte, behandelten wir in unserem Newsletter die Problematik des starken Franken, dem unsere in der Schweiz ansässigen Kunden ausgesetzt sind. Heute wird der Schweizer Franken beinahe eins zu eins zum Euro gehandelt, und die weitere Entwicklung des Wechselkurses ist unsicher. Diese Situation bringt erneut grosse Risiken für die Schweizer Unternehmen mit sich, und zwar sowohl bei den Verkäufen als auch bei den Margen. Gleichzeitig birgt sie aber Chancen im Einkauf, die genutzt werden sollten! Unter diesen Bedingungen muss der Einkauf seine Funktion voll ausspielen, und zwar über eine reine Preisorientierung hinaus. Wie schon in der Vergangenheit wird Melioris Ihnen bei den entsprechenden Massnahmen zur Seite stehen.

Farid Assaf, Vorsitzender

## Zuallererst: Legen Sie Ihren Bedarf fest!

Von Bruno Templier, Direktor

Erst wenn Bedarf und Spezifikationen für heute und morgen festgelegt wurden, können betriebliche Ausgaben verstanden und Hebel für die Optimierung genutzt werden. Die Festlegung des Bedarfs ist daher die erste und wichtigste Etappe im Einkaufsprozess. Die 7 nachfolgend beschriebenen Etappen werden es Ihnen ermöglichen, Ihren Bedarf einzugrenzen und dabei unliebsame Überraschungen zu minimieren.



1. Identifizierung des bestehenden Einkaufsprozesses sowie der Personen, die am Einkauf des Produkts oder der Dienstleistung beteiligt sind: Techniker, Einkäufer, Geldgeber, r, Juristen usw.
2. Festlegung von Mengen und Preisen pro Bestellung und von allen Spezifikationen pro Referenz und Standort
3. Bewertung der mittel- und langfristigen Bedarfsentwicklung einschliesslich einer Betrachtung des gesamten Marktes, von Endnutzern und Lieferanten
4. Überprüfung der Einkaufsstrategie und Identifizierung der verschiedenen leistungsbezogenen Hebelpunkte: *Make-or-Buy*, Standardisierung und Vereinfachung der Spezifikationen, Wertanalyse, Einkauf bei neuen Lieferanten, Lieferantenintegration etc.
5. Analyse aller Chancen und Risiken des Einkaufs mit dem Ziel, die Einkaufsleistung zu maximieren
6. Untersuchung von aktuellen und projizierten Finanzen unter Einschluss von angezielten Zugewinnen
7. Organisation der laufenden Kontrolle und zukünftigen Umsetzung

## Fallstudie: Saint-Gobain ISOVER SA

Das Unternehmen Saint-Gobain ISOVER SA hat seinen Sitz im Broyetal in Lucens und gehört zum Konzern Saint-Gobain. Es wurde 1937 gegründet und hat heute fast 160 Mitarbeiter. Saint-Gobain ISOVER SA



stellt Dämmstoffe aus Glaswolle her und verwendet bei der Produktion bis zu 85 Prozent Recyclingglas. Die leistungsstarken Produkte verringern den Energieverlust von Gebäuden ganz erheblich und tragen damit aktiv zum Klimaschutz bei. Das Unternehmen reduziert seine Auswirkungen auf die Umwelt laufend durch konkrete Massnahmen und wird somit seiner Devise gerecht – „gelebte Ökologie“:

- Verringerung des Energieverbrauchs um 10 Prozent in den letzten 10 Jahren im Rahmen des ISO-14001-Prozesses
- Nutzung von grünem Strom ausschliesslich aus lokalen Wasserkraftwerken
- Verlegung von 8'000 m<sup>2</sup> Solarzellen auf den Dächern des Unternehmens, was dem jährlichen Strombedarf von 340 Haushalten entspricht

Ausserdem engagiert sich das Unternehmen für eine kontinuierliche Verbesserung (World Class Manufacturing), um seine Produktionskosten zu optimieren. In diesem Zusammenhang wandte sich Saint-Gobain ISOVER SA mit dem Ziel an Melioris, bei nicht strategischen Einkäufen Einsparmöglichkeiten zu identifizieren und zu verwirklichen.

### 21 Prozent Einsparungen bei 15 Kategorien im indirekten Einkauf von Saint-Gobain ISOVER SA

Anfang 2014 vertraute Saint-Gobain ISOVER SA der Gesellschaft Melioris 15 Einkaufskategorien an, um die Kosten zu optimieren. In diesem Bereich hat das Unternehmen jährliche Ausgaben von CHF 750'000. Zu den 15 Kategorien gehören beispielsweise die Reinigung der Räumlichkeiten am Standort, das Full-Service-Leasing der Hubwagen sowie Verpackungen, Druckarbeiten etc.

Nachdem Melioris spezifische Optimierungshebel angesetzt hatte, wurden Saint-Gobain ISOVER SA im Juni 2014 die Optimierungsempfehlungen präsentiert. Daraus ergaben sich für

„Nicht nur bin ich mit dem Umfang der von Melioris erzielten Einsparungen zufrieden, sondern kann auch bestätigen, dass die Qualität unseres Einkaufs beibehalten wurde“

Jérôme Saulnier, Plant Manager ISOVER Lucens



Saint-Gobain ISOVER SA Kosteneinsparungen von 21 Prozent in den festgelegten Einkaufskategorien.

Jérôme Saulnier, Betriebsleiter in Lucens, erklärt: „Zu Beginn des Projekts habe ich mich gefragt, ob die Ziele tatsächlich erreicht werden könnten. Jetzt bin ich nicht nur zufrieden mit dem Umfang der von Melioris erzielten Einsparungen, sondern kann auch bestätigen, dass die Qualität unseres Einkaufs beibehalten wurde.“

Meine Befürchtung, dass diese Massnahme unsere Mitarbeiter zu viel Zeit kosten würde, hat sich schnell verflüchtigt. Die Berater von Melioris haben lediglich punktuell einige Stunden von internen Mitarbeitern in Anspruch genommen, ohne dass deren Arbeitslast sich verändert hätte. Ich persönlich wusste es besonders zu schätzen, dass Melioris die spezifischen Vorgaben von ISOVER berücksichtigt hat und dass wir über die Empfehlungen frei entscheiden konnten.“

Das Gespräch führte Arnaud Jobin, Verkaufsleiter