

Seit Beginn dieses Jahres beobachten wir, dass unsere Schweizer Kunden, die ihren eigenen Kundenstamm in der Eurozone haben, von diesen preislich unter Druck gesetzt werden. Als Reaktion auf die Kursänderung des Schweizer Frankens zum Euro werden von den Schweizer Unternehmen Preisadjustierungen verlangt. Um keine Aufträge zu verlieren wenden sich die Kunden somit an ihre eigenen Lieferanten, mit dem Ziel, neue Optimierungshebel zu finden.



Es zeigt sich, dass die strategische Positionierung des Einkaufs im Unternehmen weiter verstärkt werden muss; sie gewinnt mehr und mehr an Bedeutung!
Für Herrn Meijer von der Firma VAC sind Lieferanten Partner, die eine kontinuierliche Quelle von Innovation sein sollten und auf die man zählen kann, auch in Zeiten unsicherer Märkte!

Melioris ist mehr denn je Teil dieser kontinuierlichen Suche nach den besten und geeignetsten Partnern für seine Kunden.

Bruno Templier, Direktor bei Melioris SA

Die Unsicherheit bei der Kaufentscheidung: Die Struktur des Entscheidungsprozesses

Geschrieben von Sébastien Bonnefous, Berater bei Melioris

Gut entschieden ist oft, wenn man anders als die Konkurrenz wählt. Dabei gilt bei jeder Wahl, dass die Zukunft Ungewisses birgt. Die Entwicklung des Rohstoffmarktes, die Wechselkursschwankungen oder ein Investitionsprojekt eines Konkurrenten können nicht vorhergesehen werden. Trotzdem sind solche Informationen für eine gute Entscheidung von zentraler Bedeutung.



Dieser Mangel an Information verhindert eine klare Perspektive und führt zu Unsicherheit. Für den Verantwortlichen des Einkaufs bedeutet dies, dass er einen Entscheidungsprozess entwickeln muss, welcher ihm hilft, objektive Entschlüsse zu fällen. Trifft er eine Entscheidung, muss diese Wahl darauf basieren, dass die verschiedenen Alternativen geprüft und gegeneinander abgewogen wurden.

Durch die Einbindung des Projektteams in den Entscheidungsprozess werden dem Einkäufer zusätzliche Ansichten gewährt, seine Entscheidung basiert nun nicht mehr auf einem singulären Blickwinkel. Auch wenn das Mitwirken eines Projektteams mehrere Sichtweisen garantiert, ist dennoch die freie Wahl des Einkaufsleiters gewährleistet.

Steht somit der Einkäufer vor einer komplexen oder schwierigen Entscheidung, kann die externe Sicht von Melioris sehr nützlich sein: Beispielsweise wird, durch das Herbeiziehen von Analysedokumenten ähnlich gelagerter Fälle oder durch die Anwendung nützlicher Methoden zur Visualisierung und Verdichtung von Informationen, der Entscheidungsprozess objektiviert und gestärkt.

Auch wenn die Entscheidung am Ende durch eine Person gefällt wird, so wird doch der Findungsprozess durch die Dynamik des Teams unterstützt, in welchem jeder Beteiligte eine wichtige Rolle spielt.

Fallstudie: **VAC**

Die Firma VAC, seit jeher stark in La Chaux-de-Fonds verankert, hat es in ihrem über 100-jährigen Bestehen zu einem der Marktführer im Versandhandel in der Schweiz und Lichtenstein gebracht.

VAC verfügt in der Schweiz über drei Verkaufsstellen: 2 in La Chaux-de-Fonds, 1 in Romanel-sur-Lausanne. Das Logistikzentrum ist strategisch geschickt in Avenches gelegen. Das Angebot von VAC umfasst mehr als 10'000 Artikel, das Unternehmen hat über 500'000 individuelle Kunden und beschäftigt gesamthaft 145 Angestellte.

Das umfassende Warenangebot wird mittels einem über 200-seitigem Katalog, der mehrmals jährlich erscheint, sowie über das Internet präsentiert.

Seit den empfohlenen Optimierungen Ende 2012 hat Melioris soeben das 2. und letzte Jahr der nachfolgenden Überprüfung bei VAC beendet. Es ist Zeit, Bilanz zu ziehen. Wir trafen uns mit Herrn Marius Meijer, Vorstandsvorsitzender von VAC, um ihn zum Verlauf und zu den Resultaten des Optimierungsprojektes zu befragen.

« Ich schätze den seriösen und fairen Umgang der Berater von Melioris mit den Lieferanten »



Marius Meijer, Vorstandsvorsitzender von VAC

VAC konnte seine Kosten in 7 indirekten Einkaufspositionen um 16% verringern

Der Umsatz der von VAC an Melioris im Jahre 2012 anvertrauten und zu optimierenden Positionen belief sich auf CHF 2.4 Mio.

Es überraschte natürlich nicht, bei einem Marktführer des Versandhandels ist das üblich, dass die Kosten für die Druckaufträge zu einer der wichtigsten Positionen zählten. VAC verteilt halbjährlich in die Schweizer Haushalte einen 240-seitigen Katalog mit einer Auflage von 400'000 Stück. Zudem wird monatlich eine Broschüre herausgegeben. Die Position „Druckaufträge“ wurde von Melioris unter der Anwendung spezifischer Optimierungsmethoden überarbeitet. Das Resultat fiel sehr zufriedenstellend aus. Der Optimierungsprozess dauerte nur 4 Monate, auch wurde durch Melioris empfohlen, den bestehenden Lieferanten beizubehalten.

Am Ende des Projekts, unter Berücksichtigung aller 7 Einkaufskategorien, konnten die Kosten für VAC um 16% gesenkt werden.

Marius Meijer, Vorstandsvorsitzender von VAC: « Ungeachtet der Resultate, schätze ich die faire und seriöse Haltung der Berater von Melioris gegenüber den Lieferanten. Über die ganze Dauer des Projektes war ihre Einstellung klar und transparent, sowohl in ihren Handlungen als auch in den Kalkulationen der Einsparungen. Dies erachte ich als wichtig, damit sich eine vertrauenswürdige und anhaltende Geschäftsbeziehung entwickeln kann. »

« Mit Freude habe ich auch festgestellt, dass meine eigenen Leute, welche im Projekt mitarbeiteten, durch den Kontakt mit den Beratern eine verbesserte Einkaufsmentalität erworben haben. Daneben erachte ich die getroffenen Massnahmen von Melioris als nachhaltig. Das bedeutet für uns, sicherzustellen, dass auch nach Ablauf der 2-jährigen Nachprüfung durch Melioris, zukünftig Preis und Qualität stimmen. Die Werkzeuge hierzu hat uns Melioris ja geliefert. »

Das Gespräch führte Arnaud Jobin, Verkaufsleiter Romandie