



Editorial

Wir stellen fest, dass der Einkauf für die Unternehmen je länger je mehr eine gewichtigere Rolle einnimmt. Und es freut uns, dass wir als Melioris, Berater und Spezialist in diesem Thema, unsere Kunden unterstützen können und für sie messbaren Mehrwert erbringen. In den nachfolgenden Berichten gehen wir auf zwei Bereiche des Einkaufs ein: Aus theoretischer Sicht wird in einer kurzen Erläuterung die Einkaufsleistung behandelt. Die Fallstudie über Trimos beschreibt ein Beispiel unserer Arbeit in der Praxis. Melioris wünscht viel Spass beim Lesen.

[Bastian Fritschi](#), Verkaufsleiter Deutschschweiz

Die Einkaufsleistung messen und kommunizieren

von Stella Ly, Einkaufsberaterin bei Melioris

Die Begrenzung der Ausgaben und die Ermittlung von überflüssigen Kosten sind Schlüsselemente um Margen zu verbessern. Daher spielt der Einkauf eine aktive Rolle für die Rentabilität jedes Unternehmens.

Die Kommunikation von quantifizierbaren Zielen und messbaren Einsparungen ist unverzichtbar um die Leistung der Einkaufsabteilung bewerten zu können und somit deren Funktion optimal zur Geltung zu bringen. Das Messen der Einkaufsleistung ermöglicht es ebenfalls, die Ergebnisse objektiv einzuordnen und die Art, wie diese zu Stande kommen, zu verstehen.

Je stärker und früher der Einkauf in die Organisation, in die Projekte und in die unterschiedlichen Funktionen eingebunden wird, desto grösser ist der Einfluss auf die Geschäftsergebnisse und der Beitrag zur mittel- und langfristigen Unternehmensstrategie.

Darüber hinaus muss der Einkauf den Innovationsprozess im Unternehmen konstant begleiten, dies durch verstärkte oder neue Beziehungen mit Partnerlieferanten und dem fortwährendem Sourcing von neuen Kompetenzen und Technologien.

Das folgende Schema beschreibt die Steuerung der Einkaufsleistung bei wiederkehrenden Einkaufspositionen zweier, sich vom Reifegrad der Organisation des Einkaufs unterscheidenden Vorgehensweisen.



Quelle der Tabelle: Olivier Briel (2007), Le Management des Achats, Ed. ECONOMICA



Fallstudie: TRIMOS

Trimos wurde vor über 40 Jahren von Messtechnikliebhabern gegründet und hat seither stets seinen Pioniergeist beibehalten. Seit Beginn bietet Trimos innovative Lösungen an der Spitze der Technologie; dimensionale Metrologie war und ist ein Teil der Firmen-DNA.

Das Kerngeschäft von Trimos ist die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Messgeräten. Zum Geschäftsbereich gehört auch das Bereitstellen von Hilfsmitteln und Dienstleistungen, welche für den effizienten Betrieb benötigt werden (Zubehör, Software, Wartung). Die Produktpalette umfasst 3 Bereiche:

- Höhenmessgeräte
- Horizontale Längenmessgeräte
- Oberflächenmessgeräte

Die Philosophie von Trimos ist es, Produkte und Lösungen anzubieten, die es dem Kunden ermöglichen, seine Produktivität zu steigern. Um dieses Ziel einzuhalten, setzt Trimos auf drei Grundprinzipien: Die einfache Bedienung durch leicht verständliche Benutzeroberflächen, die Zuverlässigkeit durch den Einsatz bewährter Komponenten und die Genauigkeit durch die Integration der besten Messsysteme.

Die aktuellste Generation der Trimos-Instrumente ist mit Konsequenz und Weitsicht entwickelt worden, mit dem Ziel, dass diese für die Ansprüche und Herausforderungen der zukünftigen industriellen Entwicklung gewappnet sind.

Anfang 2015 wurde Melioris von Trimos beauftragt, den Einkauf zu stärken. Melioris startete ein Optimierungsprojekt für 16 indirekte Einkaufskategorien. Im Juni 2017, während der Nachprüfungsphase des Optimierungsprojekts, trafen wir uns mit Herrn Patrice Kemper, dem Geschäftsführer der Trimos, um über die allgemeine Zufriedenheit bezüglich den Ergebnissen und den einzelnen Bereichen des Projekts zu sprechen.

Trimos profitierte von Einsparungen in Höhe von 28% auf den 16 Einkaufspositionen

« Das Geschäftsmodell von Melioris hat mich von Anfang an überzeugt, denn ich konnte tatsächlich kein Risiko auf unserer Seite für den ganzen Prozess identifizieren »

« Die Tätigkeit von Melioris ergänzt auf komplementärer Weise die Fähigkeiten eines Unternehmens wie unseres »

Patrice Kemper,
Geschäftsführer der Trimos AG



Die effektive, durchschnittliche Optimierungsrate nach einem Jahr beträgt 28%. "Das ist erheblich, und es belegt die Expertise von Melioris in dem Markt der indirekten Einkäufe. Da wir uns auf die strategischen Einkäufe fokussieren, ergänzt die Tätigkeit von Melioris auf komplementärer Weise die Fähigkeiten eines Unternehmens wie unseres."

«Zu Beginn der Mission waren meine Mitarbeiter ein wenig besorgt, dass dieses Projekt zu viel zeitliche Ressourcen beanspruchen könnte. Da sie von den Beratern von Melioris im Endeffekt jedoch nur sehr punktuell beansprucht wurden, waren Sie schnell beruhigt und vom Projekt überzeugt ».

Für Herrn Kemper hat sich Melioris auf « diagonale » Weise in sein Unternehmen integriert. Dies bedeutet für Ihn: « Aufgaben anders zu lösen und anders zu betrachten als wir es bisher gewohnt waren. Ich wertschätze das Handeln von Melioris, weil es zielorientiert und operativ ausgerichtet ist. Sie führen nicht nur Theorien oder Konzepte vor. Der Beweis ist, dass es in der Praxis funktioniert ».

Melioris bedankt sich bei Herrn Kemper für dieses Interview, sowie auch bei seiner Belegschaft für die Zusammenarbeit in diesem Projekt.

Interview von [Arnaud Jobin](#),

Verkaufsleiter Melioris in der Romandie