Verborgenes Einsparpotenzial

Mit systematischem Etiketten-Einkauf und unorthodoxen Methoden lassen sich Kosten sparen

In einer Zeit, in der die Branche unter immensem Kostendruck steht, sollten Unternehmen brachliegende Einsparpotenziale realisieren. Das Produktetikett ist eine häufig unterschätzte Möglichkeit, solche Optimierungspotenziale zu heben. Entsprechend wichtig ist es, die verschiedenen Einsparhebel zu kennen und diese gezielt einzusetzen. Ein genauer Blick auf Spezifikationen, Volumina und Lieferanten lohnt sich. Auch unorthodoxe Einkaufsmethoden können – richtig eingesetzt – zum Erfolg führen.

Von Matthias Lütke Entrup und Jürgen Theves

Ein einheitliches Format sorgt beim Etikett dafür, dass der Lieferant kostengünstig produzieren und der Besteller entsprechend günstig einkaufen kann. *Foto: ugurhan / istockphoto.com*

Ziel einer Spezifikationsoptimierung ist es, ein Produkt zu verändern, um beispielsweise Kosten oder Nachhaltigkeit zu optimieren, ohne die vom Fachbereich oder den Kunden gestellten Anforderungen zu vernachlässigen. Bei Etiketten können beispielsweise Träger-, Haftmaterial, Druckverfahren oder Formate Ansatzpunkte einer Spezifikationsoptimierung bieten.

Spezifikationsoptimierung

In der Fleisch- und Fleischwarenindustrie hat nahezu jedes Endprodukt ein Etikett. Für neu entwickelte Wurstsorten entwerfen Marketingabteilungen immer wieder auch neue Etiketten, die sich in Farbe, Form und Material unterscheiden. Allerdings fällt bei genauerem Hinsehen häufig auf, dass sich viele Etiketten beispielsweise im Format um nur einige Millimeter unterscheiden. Ein einheitliches Format oder ein optimales Druckverfahren sorgen dafür, dass der Lieferant kostengünstig produzieren kann. Im Fokus steht die richtige Kombination aus einer Bündelung der Formate, der Standardisierung von Träger- und Haftmaterialien und der damit verbundenen Variantenreduktion. Eine Grundvoraussetzung dafür ist die enge Abstimmung über mehrere Abteilungen hinweg. Marketing, Produktion und Einkauf müssen an einem Strang ziehen, damit einheitliche Etiketten nach allen gewünschten Standards produziert werden. In Folge hat der Lieferant weniger Rüst- und Klischeekosten und der Einkaufspreis wird günstiger. Durch die Vereinheitlichung von Material, Druckverfahren und Format im Rahmen einer Spezifikationsoptimierung lassen sich in der Regel auch Lieferzeiten reduzieren. Dies ist in der Fleischindustrie ein entscheidender Faktor, da kurzfristige Bedarfe aufgrund von Aktionen, beispielsweise in der Grillsaison, immer wieder auftreten.

Volumenbündelung

Eine bekannte Faustregel im Einkauf lautet: Wer ein hohes Volumen bei Lieferanten anfragt, kann günstigere Konditionen erzielen. Durch die Spezifikationsoptimierung können größere Einkaufsvolumina bei den Lieferanten angefragt werden. Besitzt das Unternehmen darüber hinaus mehrere Standorte, ist die Bündelung der optimierten Spezifikationen umso effektiver. Denn die unterschiedlichen Standorte eines Unternehmens tendieren dazu, selbstständig und unabhängig voneinander einzukaufen. Durch eine Volumenbündelung und eine erfahrungsgemäß daraus resultierende Reduktion der Lieferantenzahl erhöht sich auch die Verhandlungsmacht des Unternehmens. Geeignete Ansätze zur Volumenbündelung lassen sich durch Antworten auf folgende Fragen finden:

- Welche Etiketten können sinnvoll zu Paketen (gleiches Material, Druckverfahren und Format, aber unterschiedliche Druckbilder) gebündelt und vollständig vergeben werden, sodass Lieferanten Vorteile bei der Produktion realisieren können?
- Welches Volumen kann über mehrere Geschäftsbereiche oder sogar über alle Geschäftsbereiche gebündelt werden?
- Bündelung über mehrere Jahre: Ist es sinnvoll mit ausgewählten, strategischen Lieferanten einen Mehrjahresvertrag abzuschließen?

Eine Volumenbündelung ist auch in sich schnell drehenden Sortimenten, wie sie in der Fleischindustrie häufig zu finden sind, durchaus möglich. Voraussetzung ist allerdings eine professionelle und strategische Bearbeitung der Warengruppe. Dadurch können erst die Voraussetzungen für eine Volumenbündelung geschaffen werden. Auf dieser Basis kann der Bündelungsgrad kontinuierlich erhöht werden, um auch die letzten „Einsparreserven“ zu heben.

Anzeige
VC999®
Innovative Verpackungslösungen
www.vc999.de

Erweiterung des Lieferantenkreises

Bei der Auswahl der Lieferanten ist in der heutigen Zeit nicht mehr ausschließlich die räumliche Nähe entscheidend. Der bestehende Lieferantenkreis kann durch inländische und ausländische Lieferanten verstärkt in den Wettbewerb gestellt werden. Besonders bei der Ausschreibung von Etiketten sollten Einkaufsabteilungen über den Tellerrand hinaus nach potenziellen Lieferanten suchen. Dabei ist es aber trotzdem wichtig, dass die Flexibilität des Lieferanten in Bezug auf Lieferzeiten schon Teil der Ausschreibung ist. Kurzfristige Bedarfe durch den Handel sollten bedient werden können, damit „Schnellschüsse“ nicht verloren gehen.

Aufgrund der hohen Arbeitsbelastung in vielen Einkaufsabteilungen der Fleischindustrie, scheuen allerdings viele Einkäufer den Aufwand von Ausschreibungen unter Einbeziehung vieler Lieferanten. Im Bereich Etiketten gibt es eine Vielzahl potenzieller Lieferanten. Diesen Wettbewerbsdruck sollte ein Einkäufer unbedingt

nutzen. Hier gilt: Bearbeiten Sie eine Warengruppe vollumfänglich strategisch und sichern Sie sich das Ergebnis langfristig durch einen Zwei- oder Dreijahresvertrag. Dadurch reduziert sich langfristig der Aufwand im Vergleich zu häufig noch üblichen Jahres- oder sogar Quartalsausschreibungen.

Bei der Auswahl eines Lieferanten sollten neben den Einkaufskonditionen auch die Themen Innovationsstärke und Produktoptimierung nicht zu kurz kommen. Durch regelmäßige Workshops zwischen Fachbereichen, Einkauf und Lieferant kann sichergestellt werden, dass versteckte Potenziale aufgedeckt und Innovationen frühzeitig identifiziert und kommuniziert werden. Diese Produktoptimierungsworkshops können im Rahmen eines Mehrjahresvertrags mit Lieferanten vertraglich festgehalten werden. Damit stellen Sie sicher, dass der Einkauf auch über die reinen Beschaffungstätigkeiten hinaus einen nachhaltigen Wertbeitrag für das Unternehmen bringt.

E-Auktion

Aufgrund der vielen zu bepreisenden Positionen kommt für zahlreiche Unternehmen der Fleischindustrie eine E-Auktion für Etiketten nicht in Betracht. Der Aufwand für das eigene Unternehmen und die Lieferanten ist immens.

Bei der Ausschreibung von Etiketten sollten Einkaufsabteilungen über den Tellerrand hinaus nach potenziellen Lieferanten suchen.
Foto: Debbi Smirnoff / istockphoto.com

Aber ist das wirklich in jedem Szenario so? Oder können Unternehmen sogar einen strategischen Wettbewerbsvorteil erringen, wenn sie unorthodox einkaufen? Unter bestimmten Bedingungen kann es sich für Unternehmen lohnen, die Vorteile einer E-Auktion im Bereich des Etiketteneinkaufs zu nutzen.

Durch eine Spezifikationsoptimierung hat das Unternehmen einerseits klare und transparente Produkteigenschaften, die für den Lieferanten die Bepreisung einfacher machen. Die Lieferanten müssen wissen, worauf sie bieten, und die Käufer, was sie bekommen. Andererseits können größere Produktpakete von Etiketten zu Paketen von gleichem Material, Druckverfahren und Format geschnürt werden. Durch diese Volumenbündelung kommen ausreichend große Pakete zustande und die Anzahl der in der Auktion zu bepreisenden Positionen reduziert sich signifikant, da der Lieferant einen Einheitspreis für alle Etiketten eines Paketes abgibt. Damit können Einkäufer die Vorteile einer E-Auktion auch beim Einkauf von Etiketten nutzen. Idealerweise schalten Einkäufer der Auktion eine Ausschreibung vor. Das ermöglicht eine Vorselektion der Lieferanten und es können bereits definierte Startangebote abgeleitet werden. Das verkürzt den Prozess und reduziert die Komplexität der Auktion.

Die Formen der E-Auktion

Unternehmen sollten die Auktionsformen kennen und wissen, was bei der Auktionsvorbereitung und -durchführung zu beachten ist. Grundsätzlich bietet sich für den Etikteneinkauf die englische Auktion (auch „Descen-

Anzeige

Nachhaltigkeit ohne Beeinträchtigung der Leistung

Als ein weltweit führender Hersteller von Nahrungsmittelverpackungen, ist es Krehalons Hauptanliegen die Qualität von frischen Lebensmitteln zu gewährleisten und dabei Haltbarkeit und Aussehen zu maximieren.

Unser höchstes Nachhaltigkeitsziel ist es, Produkte anzubieten, die außergewöhnlich gut gegen Umwelteinflüsse geschützt sind mit wenig bis keinen Leistungseinbrüchen.

Chlorfreie Struktur
- Unsere ML 40 Technologie ist ohne PVDC und damit komplett chlorfrei

Dünner aber Stärker
- Die innovative Konstruktion unseres ML40 Materials erlaubt es uns die Materialdicke zu verringern ohne Beeinträchtigung der Barriereeigenschaften und –stärke. ML40 Materialien sind, im Durchschnitt, 23% dünner im Vergleich zu Angeboten von Mitbewerbern.

Mindesthaltbarkeit verlängern
- Wir bieten Hochbarrieren an, spezialversiegelte Produkte, wie die Secondary Seal –SSL™ und SSL™ Plus, die den Fleischsaft im Beutel kontrolliert und die Mindesthaltbarkeit von frischem Fleisch verlängert um Nahrungsmittelverschwendung vorzubeugen.

Wir streben danach mehr mit weniger Material zu erreichen, durch harte Arbeit und gemeinsame Überlegungen.

Wir sind Teil von
CEFLEX A CIRCULAR ECONOMY FOR FLEXIBLE PACKAGING
THE UK PLASTICS PACT

Möchten Sie mehr erfahren?

Kontakttieren Sie unseren Experten für Fleisch Frank Venghaus (f.venghaus@krehalon.nl) oder besuchen Sie unsere Website www.krehalon.com um mehr über unsere Systeme der Circular Economy zu erfahren.

KREHALON® Part of the KUREHA Group

ding-bid-Auktion“ genannt) an, bei der die Gebote der Lieferanten von einem relativ hohen Startpreis ausgehend sukzessiv gesenkt werden, bis nur noch das Gebot eines Lieferanten übrigbleibt. Dieser erhält den Zuschlag mit einem Preis in der Höhe seines letzten Gebots. Bei dieser Auktionsform gibt es unterschiedliche Möglichkeiten:

- Preisauktion – alle Teilnehmer der Auktion sehen die Preise der Wettbewerber. Diese Form ist für die Lieferanten sehr transparent. Am Ende der Auktion erhält der Lieferant mit dem niedrigsten Preis den Zuschlag.
- Rangauktion – Dem Lieferanten wird nach Abgabe eines Angebots ein Rang in Relation zu den Angeboten der Wettbewerber zugewiesen. Dieser wird ihm nach Abgabe des Angebots angezeigt. Erhält er beispielsweise den dritten Rang, haben zwei Wettbewerber günstigere Preise angeboten. Die Preisdifferenz wird dem Bietenden nicht angezeigt.
- Ampelauktion – bei dieser Form der Auktion erhält der Bietende nicht direkt einen Rang zugewiesen, sondern eine Statusmeldung in den Farben grün, gelb oder rot. Diese Form ist auch als Zielpreisauktion bekannt, weil der Einkäufer einen Zielpreis hinterlegt, dessen Erreichung dem Lieferanten mithilfe eines Ampelsystems angezeigt wird. Rot heißt dabei, dass der Lieferant noch weit vom Zielpreis entfernt ist. Eine gelbe Ampel zeigt an, dass sich das Gebot im Mittelfeld bewegt. Bei grüner Anzeige ist der Zielpreis erreicht und der Lieferant ist bester Bieter im Feld.

Je nach Situation sollte der Einkäufer auswählen, welche Form der Auktion für ihn am sinnvollsten ist. Ein ausschlaggebendes Kriterium kann beispielsweise die Wettbewerbssituation sein. Bei viel Wettbewerb lohnt sich eine Preisauktion. Bei geringerer Wettbewerbssituation kommen besonders die Rangauktion und die Ampelauktion infrage, da die Bietenden keinen Einblick in die konkreten Preisdifferenzen erhalten.

Die Vor- und Nachteile von Auktionen

E-Auktionen haben eine Reihe von Vorteilen. Aufgrund des Konkurrenz- und Preisdrucks lassen sich hohe Kosteneinsparungen erzielen. Zudem kann die Produktivität des Einkaufs gesteigert werden, da viele Artikel gleichzeitig verhandelt werden können. Ein weiterer Vorteil von E-Auktionen ist ihre Transparenz. Die Wettbewerbssituation ist glaubhaft und realitätsnah abgebildet und zahlreiche Lieferanten nehmen am Onlineverfahren teil. Die traditionellen persönlichen Beziehungen werden in E-Auktionen durch eher faktenbasierte Beziehungen ergänzt. Das ist ebenfalls ein Compliance-Vorteil, denn die Entscheidung für einen Lieferanten ist jederzeit transparent begründbar. Bei Online-Auktionen werden die Preisverhandlungen außerdem entpersonalisiert. Das erleichtert internationale Verhandlungen, da kulturelle Unterschiede nicht mehr signifikant zum Tragen kommen.

Der unorthodoxe Einkauf per E-Auktion kann sich unter bestimmten Bedingungen lohnen.
Foto: Joe Potato / istockphoto.com

Den zahlreichen Vorteilen von E-Auktionen stehen Nachteile gegenüber, die potenzielle Nutzer bei ihrer Entscheidung berücksichtigen sollten. Den bereits erwähnten Kosteneinsparungen stehen Kosten, etwa die Lizenz- oder Providerentgelte für die E-Auktions-Software gegenüber. Die Entwicklung der Spezifikationen, vor allem der nichtpreislichen, bedarf erhöhter Konzentration und Aufmerksamkeit, denn nur detailgenaue und vergleichbare Angaben gewährleisten eine gemeinsame Bezugsbasis für die Lieferanten. E-Auktionen lassen zudem wenig Zeit für technische oder kaufmännische Berechnungen und Anpassungen nach der Angebotsabgabe.

Fazit

Gehen Unternehmen den Etiketten-Einkauf systematisch und mit den richtigen Einsparhebeln an, können häufig große Potenziale gehoben werden. Bekannte Einsparhebel wie die Spezifikationsoptimierung, Volumenbündelung und die Erweiterung des Lieferantenkreises bilden die Grundlage für ein kostenoptimales Einkaufen. Im Anschluss können auch unorthodoxe Methoden wie eine E-Auktion im Bereich des Etiketteneinkaufs signifikante Vorteile mit sich bringen.

Prof. Dr. Matthias Lütke Entrup
verantwortet als Partner der Höveler Holzmann Consulting GmbH in Düsseldorf den Bereich Supply Chain Management und ist Professor für Operations Management an der International School of Management in Dortmund

Jürgen Theves
arbeitet als Senior Project Manager für die Höveler Holzmann Consulting GmbH in Düsseldorf.

Anschrift der Verfasser
Prof. Dr. Matthias Lütke Entrup und Jürgen Theves, Höveler Holzmann Consulting GmbH, Bahnstraße 16, 40212 Düsseldorf, luetkeentrup@hoeveler-holzmann.com, theves@hoeveler-holzmann.com

TSC

Neuentwicklung für den mobilen Barcodedruck

Mit der TDM-Serie bringt TSC Auto ID Technology EMEA GmbH aus Zorneding eine neue Generation mobiler Beleg- und Etikettendrucker auf den Markt. Neben einer hohen Akku-Lebensdauer und einesm ebenso handlichen wie robusten Design überzeugen die Multitalente vor allem mit Konnektivität und intuitiver Bedienbarkeit.

Mit kompakten Design in Handtellergröße lassen sich die beiden Mobildrucker der Serie komfortabel tragen. Die Batteriekapazität von 1130 mAh beim TDM-20 beziehungsweise 3080 mAh beim TDM-30 sorgt dabei für Mobilität über eine gesamte Arbeitsschicht hinweg.

Eine optionale Medienzufuhr für Etikettenbreiten von 20 bis 70 mm sowie unterschiedliche Sensoren für ein breites Spektrum an Materialien garantieren ein Flexibilität hinsichtlich der Anwendungsmöglichkeiten und Druckaufgaben.

Das mobile Gerät ist handlich und arbeitet mit modernen Kommunikationsstandards.

Trotz des ergonomischen Formfaktors sind die smarten Allrounder aber robust genug, um auch anspruchsvollen Arbeitsumgebungen problemlos zu trotzen. So übersteht die Neuentwicklung mit der passenden Schutzhülle einen Falltest aus zweieinhalb Metern nach dem MIL-STD 810G-Standard sowie einen Sturztest aus einem Meter ohne Schutzhülle. Zudem sind die Geräte staub- und wassergeschützt nach IP54-Schutzart.

Die Leistungsfähigkeit über die gesamte Lebensdauer auf höchstem Niveau zu halten – dafür sorgen das Selbstdiagnose-Tool TPH Care sowie beim TDM-30 ein innovatives Batterie-Management-System. Während TPH Care in Echtzeit den Status des Druckkopfes überwacht und so für eine gleichbleibend hohe Druckqualität sorgt, maximiert das smarte Akku-Management die Lebensdauer des Akkus und hilft dabei, versteckte Kosten und Ausfallzeiten zu vermeiden.

//www.tscprinters.com