

Mangelndes Risikomanagement Corona-Krise sollte Anlass zum Umdenken sein

Das Coronavirus hat viele Unternehmen kalt erwischt. Wer hätte sich vor drei Monaten vorstellen können, dass große Teile der Wirtschaft praktisch zum Stillstand gekommen sind – und das nicht nur in Deutschland, sondern auf der ganzen Welt? In den Unternehmen ist es aktuell vor allem der Einkauf, der gefordert ist. Sei es, um an dringend benötigte Rohstoffe und Vorprodukte zu kommen, sei es, um angesichts wegbrechender Umsätze durch schnell wirkende Maßnahmen auf der Kostenseite für Entlastung zu sorgen. Wie auch immer, Experten sind sich einig: Wer schon vor der Corona-Krise für den Notfall geplant hat, steht heute besser da.



Bernhard Höveler
Foto: privat

Hierbei gebe es jedoch gravierende Defizite, sagt Bernhard Höveler. Der Gründer und Geschäftsführer der Düsseldorf Einkaufsberatung Höveler Holzmann

empfiehlt seinen Kunden, sich aktuell zunächst einen Überblick zu verschaffen, welche Lieferanten und Materialgruppen von Produktionsstillständen, unterbrochenen Logistikketten und Lieferengpässen betroffen sind. „Viele Mittelständler sind nicht vorbereitet und werden durch die Corona-Krise mit voller Wucht getroffen. Der Einkauf verfügt in der Regel nicht über die Tools, um Risiken zu identifizieren und zu bewerten. Das liegt daran, dass die Einkaufsabteilungen personell nicht gerade üppig besetzt sind und sich um Themen wie etwa Risikomanagement nicht ausreichend kümmern können“, so Höveler im Gespräch mit MBI Einkäufer im Markt.

Ähnlich sieht es Götz Lauschke, Einkaufschef beim Spezialchemiehersteller Evonik. „Um durch die Krise zu kommen, ist eine gute Vorbereitung wesentlich. Wer sich nicht vorberei-

tet hat, wird zumindest in einer kapitalintensiven Industrie wie der Chemie große Probleme haben, da durchzukommen“, sagte Lauschke Ende März bei der 1. Supplytechs Digital Conference. Evonik habe aus der Sars-Epidemie 2002/03 gelernt und einen Notfallplan aufgestellt. „Wir sind insgesamt gut vorbereitet“, so Lauschke. Zu einer guten Vorbereitung zählt er es auch, die Abhängigkeit von einem einzelnen Lieferanten zu vermeiden: „Wenn ich mehrere qualifizierte Lieferanten habe, dann ist es einfach, im Notfall von einem zum anderen zu wechseln. Muss ich dagegen ganz von vorne anfangen, sieht es schwierig aus.“

Evonik hat seit Ende Januar eine Corona-Task-Force

Der Einkaufsleiter erinnerte auch an Lieferstörungen in China vor zwei Jahren. Damals hatten die chinesischen Behörden nach einer Reihe von schweren Unfällen und zur Vermeidung von Umweltverschmutzung viele Chemieanlagen geschlossen. „Das hat die chemischen Lieferketten ganz schön durcheinander gewirbelt“, erinnerte sich Lauschke. In der gegenwärtigen Corona-Krise habe Evonik schon Ende Januar, als sich das Virus in der chinesischen Provinz Wuhan massenhaft verbreitete, eine Task Force einge-

richtet, die sich mit den Folgen der Krise beschäftigt.

Um Lieferproblemen zu begegnen, empfiehlt Bernhard Höveler, die Änderung technischer Spezifikationen in Erwägung zu ziehen. „Spezifikationen haben den Nachteil, dass sie den Beschaffungsmarkt verengen. Beispiel Verpackungen: Wenn ich nur Papierverpackungen mit einem Ökosiegel beschaffe, verbaue ich mir Lieferalternativen. Bin ich bereit, für die Dauer dieser Krise auch nicht zertifiziertes Verpackungsmaterial zu beziehen, öffne ich den Markt und habe mehr Liefermöglichkeiten“, erläutert der Berater. Um die finanzielle Situation des Unternehmens zu verbessern, sollte der Einkauf versuchen, mit seinen Lieferanten längere Zahlungsziele zu vereinbaren.

Corona-Krise wird Digitalisierung des Einkaufs beschleunigen

Höveler ist zuversichtlich, dass die aktuelle Krise zu dauerhaften Lerneffekten führen wird. Dazu gehört auch die Digitalisierung, die in vielen Firmen bislang ein Mauerblümchendasein fristet. „Die wenigsten mittelständischen Unternehmen haben eine Strategie für die Digitalisierung des Einkaufs. Die aktuelle Krise wird das ändern. Es reicht nicht, auf den Katalog eines Büromaterialherstellers zugreifen zu können – die strategischen Einkaufsprozesse müssen digitalisiert werden.“

Mehr: Seite 2

Aus dem Inhalt

Digitaler Einkauf	2
SEW gewinnt BME-Preis	
Coronavirus	3
Keine Oberflächeninfektion	
Logistik	5
Flexibilität ist angesagt	
Künstliche Intelligenz	8
Vielseitig anwendbar	
Kupfermarkt	10
Einkäufer tappen im Dunkeln	

Fortsetzung von Seite 1

Krise wird zum Durchbruch für Videokonferenzen

Die Fragen, die sich der Einkauf stellen müsse, lauteten: Welches sind meine kritischen Lieferanten? Was tue ich im Ernstfall? Habe ich einen Notfallplan? „Wir werden in Zukunft noch mehr Herausforderungen im Stile einer Corona-Krise bekommen und darauf muss ich mich als Einkauf vorbereiten“, betont Höveler.

Dass viele Unternehmen ihre Mitarbeiter jetzt im Homeoffice arbeiten lassen und verstärkt digitale Kommunikationsmittel nutzen, werde sich als Segen erweisen, ist der Berater überzeugt. Das gelte vor allem für Videokonferenzen: „Die Corona-Krise wird der Durchbruch für Videokonferenzen sein – nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern auch in der Kommunikation mit Kunden und Lieferanten. Die Mitarbeiter haben mehr Zeit, um sich wertschöpfenden Aufgaben zu widmen, sie können produktiver arbeiten. Zudem schonen Videokonferenzen die Umwelt und helfen, CO₂ zu vermeiden. Nicht zuletzt können die Unternehmen dadurch eine Menge an Reisekosten einsparen.“
Mark Krieger

Elektronische Beschaffung

SEW-Eurodrive gewinnt BME-Preis

SEW-Eurodrive hat den BME-Preis für elektronische Beschaffung gewonnen. Der Antriebs- und Automatisierungsspezialist aus Bruchsal erhielt die Auszeichnung „Excellence in eSolutions“ vor allem für „die Vorreiterrolle, die der Einkauf bei der Suche nach neuen Lieferanten übernommen hat“, sagte BME-Hauptgeschäftsführer Silvius Grobosch. Das Unternehmen verfolgt nach Ansicht des Verbandes „einen ganz neuen, innovativen Ansatz des Lieferanten-Scoutings“.

Das Siegerkonzept „Disruptive Scouting@SEW“ basiert auf der Zusammenarbeit mit Scoutbee. Das Würzburger Start-up-Unternehmen arbeitet mit Technologien wie KI und Big Data, um im Web geeignete Liefere-

ranten zu identifizieren. Wie der BME mitteilte, hat SEW mit Hilfe der Scoutbee-Lösung zwölfmal mehr passende Lieferanten gefunden als bei einer konventionellen Lieferantenrecherche. Der Aufwand konnte um 75 Prozent reduziert werden und 70 Prozent mehr Lieferanten blieben bis zur Anfrage im Prozess.

Voraussetzung für den Erfolg ist die im Jahr 2016 gestartete Initiative „Procurement 360 Grad“. Mit ihr verfolgt SEW-Einkaufsleiter Bernd Kohring die Weiterentwicklung seiner knapp 50-köpfigen Einkaufsabteilung zum Werttreiber im Unternehmen. Von zentraler Bedeutung dabei ist die enge Verzahnung mit den Fachbereichen.

Corona-Krise

Automotive Procurement Forum wird verschoben

Das Automotive Procurement Forum in Ludwigsburg wird auf den 24. und 25.11.2020 verschoben. Ursprünglich sollte die Konferenz am 31. März und 1. April stattfinden. Wie der Veranstalter, das Institute for Production Management (IPM) in Hannover, mitteilte, hat die Stadt Ludwigsburg wegen der Covid-19-Epidemie alle Veranstaltungen und Zusammenkünfte in geschlossenen Räumen mit einer Teilnehmerzahl ab 100 Personen untersagt. Zu der Konferenz waren mehr als 300 Teilnehmer, darunter hochrangige Einkaufsmanager, aus der Automobilindustrie erwartet worden. Bereits gekaufte Tickets behalten laut dem IPM ihre Gültigkeit und können gegebenenfalls einer Kollegin oder einem Kollegen kostenlos übertragen werden.
www.automotiveprocurementforum.de

Fachbeirat

Der Fachbeirat steht der Redaktion beratend zur Seite. Die langjährige Einkaufserfahrung seiner Mitglieder gewährleistet den Praxisbezug des „Einkäufer im Markt“. Folgende Persönlichkeiten gehören ihm an:

Tanja Dammann-Götsch, Geschäftsführerin, Purchasing Partner, Hanau

Erik Manning, Vice President Purchasing & Operations, MTU Friedrichshafen GmbH

Andreas Roj, Director Global Purchasing, LMT Group, Schwarzenbek

Friedhelm Schlößer, Geschäftsführer, Schwank GmbH, Köln

Marc Staudenmayer, Geschäftsführer / Senior Partner, Advancy – die Vorstandsberater, München

Impressum

„Einkäufer im Markt“ erscheint 2-mal monatlich bei MBI Martin Brückner Infosource GmbH & Co. KG (MBI), Sitz der Gesellschaft: Frankfurt am Main, Amtsgericht Frankfurt HRA 47673

Geschäftsführer: Martin Brückner

Verantwortlich für den Inhalt:

Armin Kalbfleisch, Tel.: +49(0)6196/93494-11
Fax: -29, Internet: www.mbi-infosource.de

Abonnenten-Service:

service@mbi-infosource.de oder
+49(0)69/2710760-11

Anzeigenverkauf:

anzeigen@mbi-infosource.de oder
+49(0)69/2710760-24

Herstellung: atrikom fulfillment GmbH, Haagweg 12, 65462 Ginsheim-Gustavsburg

Die Fachpublikationen von MBI stützen sich neben umfangreicher Eigenberichterstattung auf Dow Jones Newswires sowie weitere auch international tätige Nachrichtenagenturen. Alle Meldungen werden mit journalistischer Sorgfalt erarbeitet. Für Verzögerungen, Irrtümer und Unterlassungen wird jedoch keine Haftung übernommen. Kopien, Nachdrucke oder sonstige Vervielfältigungen nur mit Genehmigung des Herausgebers.