



Ein zweiter Blick auf Verbrauchsmaterialien

Die Beschaffung von Verbrauchsmaterialien wie Reinigungschemie oder Hygienepapieren gehört nicht zu den beliebtesten Aufgaben. Dabei lassen sich in diesem Bereich oft Einsparungen im zweistelligen Bereich erzielen. rhw praxis sprach mit Fadime Sarikaya, Inhaberin des Unternehmens sarikohn, über den interessanten Markt der C-Artikel.

► **Zu den Aufgaben der hauswirtschaftlichen Führungskräfte in Gemeinschaftseinrichtungen gehört in der Regel der Einkauf von Verbrauchsmaterialien. Oft wird der Beschaffungsprozess nicht weiter hinterfragt. Warum lohnt es sich, hier generell einmal genauer hinzusehen?**

Betrachtet man das Einkaufsvolumen in der Hauswirtschaft, liegt der Anteil der Verbrauchsmaterialien unter fünf Prozent vom Gesamteinkauf. Die Artikelanzahl und der Aufwand im Vergleich zu den umsatzstärkeren Einkaufsbereichen sind jedoch für Verbrauchsmaterialien extrem hoch. Oft handelt es sich um 500 bis weit über 1.000 Artikel, die den Einkäufern oft in dieser Vielfalt nicht bewusst sind. Diese Anzahl hat auch Auswirkungen auf die nachgelagerten Prozesse, wie Rechnungen, Kreditoren, Lieferantengespräche. Das alles kostet Zeit.

Ein typisches Beispiel sind Standardprodukte wie etwa zweilagiges Toilettenpapier, 250 Blatt auf der Rolle in weiß aus Recyclingmaterial. Da die Angebote hier, angefangen von den Herstellern über Eigenmarken des Handels, sehr groß sind, lohnt es sich auf jeden Fall, einen genauen Blick auf die eigene Sortimentsvielfalt zu werfen.



rhw-praxis-Gesprächspartnerin Fadime Sarikaya ist, zusammen mit Torsten Kohn, Inhaberin des Consulting- und Weiterbildungsunternehmens Sarikohn

So genannte Systemartikel, insbesondere im Waschraum oder bei Wischsystemen, können darüber hinaus zu erheblichen Zeiteinsparungen im täglichen Prozess führen. In der Gesamtbetrachtung sind wirtschaftliche Vorteile und Einsparungen im zweistelligen Bereich zu erzielen. Meine Empfehlung ist es daher, die Verbrauchsmaterialien genauer zu betrachten bzw. diese mit einem „zweiten Blick“ zu würdigen.

► **Verbrauchsmaterialien fallen in die Kategorie der C-Artikel. Warum ist das so und wie definiert man eigentlich C-Artikel?**





Abb. 1: Ein typischer Bestellvorgang dauert in der Regel rund eine Stunde und 45 Minuten

Quelle: Emaro AG, Walldorf

Eine typische ABC-Analyse gibt an, welche Produkte am stärksten am Einkaufsumsatz eines Unternehmens beteiligt sind, also A, und welche am wenigsten, also C. Das bedeutet: C-Artikel haben in der Gesamtbetrachtung des Einkaufs ein geringes Einkaufsvolumen, der Aufwand der Beschaffung ist jedoch sehr hoch. Oft fehlt die Zeit, sich um diese Artikel zu kümmern, so dass dieser Bereich im Einkauf eher eine sekundäre Rolle spielt.

Zu den so genannten C-Artikeln gehören vor allem Büromaterial oder die Klassiker wie Hygienepapiere, Reinigungsmittel, Reinigungsequipment oder Abfallsäcke. Die Anzahl und Vielfalt dieses Sortimentes ist extrem hoch im Vergleich zu den A- und B-Artikeln.

Oft mangelt es auch an Fachwissen, um sich in diesem Sortiment sicher bewegen zu können. Gefördert wird dies auch durch

die fehlende Markt-Transparenz in diesem Sortiment. Das ist von den Herstellern teilweise auch so gewollt, jeder beschreibt sein Produkt anders. Bei Hygienepapieren beispielsweise nennt ein Hersteller eine bestimmte Faltung C-Faltung, der andere jedoch D-Faltung, im Prinzip ist es jedoch dasselbe.

Einige Beispiele für die Vielfalt, die es dem Einkäufer erschwert, das richtige Produkt zum richtigen Preis einzukaufen





Jede Beschaffung umfasst typische Arbeitsabläufe (siehe Abbildung 1). Ein typischer Bestellvorgang dauert in der Regel rund eine Stunde und 45 Minuten! Je mehr im so genannten C-Artikel-Bereich also standardisiert werden kann, desto geringer sind die gesamten Einkaufskosten. Daher lohnt es sich, mit Sicherheit zu prüfen, welche Gewinnmöglichkeiten man durch die Optimierung des Einkaufes erzielen kann.

► **Eine umfassende Beschaffungsmarktforschung wird für Einrichtungen zu aufwendig sein. Wie gelangt man am besten an aktuelle Marktinformationen?**

Wichtig ist es zunächst, den tatsächlichen Bedarf nach Anwendungsfeldern zu kennen. Anschließend benötigt man Kennzahlen, die entweder im Unternehmen vorliegen oder die der Hersteller bzw. Lieferant zur Verfügung stellen kann. In erster Linie handelt es sich um Artikelstatistiken. Marktinformationen erhält man mit Sicherheit über bestehende Lieferpartner. Der Besuch von Branchenmessen kann auch dabei unterstützen, sich einen neutralen Überblick zu verschaffen. Hierzu gehört insbesondere die CMS Messe, die alle zwei Jahre und nun wieder im September 2017 in Berlin stattfindet. Für eine grobe Einschätzung des Potenzials stehen auch wir als professionelles neutrales Beratungsunternehmen zur Verfügung. Diese Ersteinschätzung bieten wir kostenlos an.

► **Bei welchen Punkten setzt man am besten zuerst an, wenn man seine Einkaufsstrategie optimieren möchte?**

Es ist empfehlenswert, eine ganzheitliche Betrachtung vorzunehmen, das heißt, von der Anwendung bis hin zur Rechnungslegung. Des Weiteren spielt die Unternehmensphilosophie eine entscheidende Rolle: Will man gut und günstig oder effizient und auf den ersten Blick etwas teuer, aber in Betrachtung der Lebenszykluskosten wirtschaftlicher einkaufen?

Wo wird das Produkt benötigt, was wird damit gemacht? Wenn die anwendungstechnischen Punkte durchleuchtet wurden, ist es wichtig, sich den Bestellvorgang anzuschauen: Wer bestellt, wie wird bestellt, wo wird bestellt und wie erfolgt die Rechnungslegung? In diesen Einzelprozessen können viele sehr zeitaufwendige Einzelschritte stecken, die Zeit-Ressourcen „fressen“ und den Einkauf von Verbrauchsmaterialien noch teurer werden lassen.

Als nächstes werden Kennzahlen benötigt:

- Bei welchen Lieferanten wird eingekauft?
- Was wird bei den Lieferanten eingekauft (Artikelstatistiken mit Mengen und Einzelpreisen)?
- Welche Rahmenvereinbarungen liegen vor?

Nach der Aufnahme aller aktuellen Gegebenheiten ist es sinnvoll zu prüfen, ob die Artikel- und Lieferantenvielfalt gestrafft werden kann. Nach der Sortimentsoptimierung sollte man mit bestehenden oder weiteren potenziellen Anbietern in Verhandlung treten. In den meisten Fällen stecken weitere wirtschaftliche Vorteile in der Anpassung der Liefer- und Zahlungskonditionen. Ebenso sind Themen wie Rechnungslegung und Einsatz von elektronischen Bestellmöglichkeiten wichtige Ansatzpunkte, Optimierung und nachhaltige Kosteneinsparungen vorzunehmen.

► **Zur Kostenreduktion wird meist eine Lieferantenbündelung empfohlen. Birgt dies nicht auch die Gefahr einer Abhängigkeit von einem großen Lieferanten und mangelnde Flexibilität?**

Unabhängig vom Lieferanten ist es wichtig, die eigenen Ansprüche an die Produkte und den Lieferpartner zu kennen und festzulegen. Neben den Produkten ist der Service ein oft unterschätztes Thema. Hierzu gehören zum Beispiel die Themen Beratung, Montagen von Gerätschaften, Statistiken, Objektanlieferungen, Frei-Haus-Grenzen und einiges mehr.

Zur Info

Sarikohn, ein Consulting- und Weiterbildungsunternehmen mit Hauptsitz in Berlin, besteht aus einem erfahrenen Team, welches seit mehr als 26 Jahren in den Branchen Gebäudereinigung und Verbrauchsmaterialien tätig ist und mittlerweile durch sehr viele Projekte in deutschsprachigen Ländern einen Namen am Markt hat.

Das Unternehmen berät die unterschiedlichsten Kundengruppen, von der Gebäudereinigung über die Industrie und das Verkehrswesen bis hin zum Gesundheitswesen und insbesondere die öffentliche Hand. Das sehr spezialisierte Know-how wird von einzelnen Seminarteilnehmern, über mittelständische Unternehmen bis hin zu sehr großen, weltweit agierenden Konzernen geschätzt.

Die drei Dienstleistungsbereiche des Unternehmens sind: Consulting, Institut und C-Concepts. Das heißt, Sarikohn berät, bildet aus und möchte für einen wirtschaftlichen, transparenten Einkauf sorgen.

👉 www.sarikohn.de



Neutrale Produktbeschreibungen führen zu mehr Transparenz und somit einer optimalen Vergleichbarkeit. Hier Beispiele für Toilettenpapiere.

In den meisten Fällen bedeutet Lieferantenbündelung, sich von einer Vielzahl Lieferanten auf ein bis maximal drei Lieferanten zu beschränken. Auch muss man an dieser Stelle den Begriff „Lieferanten“ erklären. Hier ist in der Branche meist der Fachgroßhandel gemeint. Die meisten Hersteller arbeiten mit dem Handel zusammen, und der Handel vertreibt deren Produkte. Je nachdem für welche Hersteller man sich in den einzelnen Warengruppen entscheidet, ist man grundsätzlich nie nur von einem abhängig. Wichtig ist jedoch, den Markt immer gut zu beobachten und das Thema Einkauf von Verbrauchsmaterialien nicht zu vernachlässigen. Die Macht der Gewohnheit kann hier zu erheblichen wirtschaftlichen Nachteilen führen.

► **Wie sieht es mit elektronischen Bestellsystemen aus? Wann lohnt sie sich, welche Vor- und Nachteile bieten sie?**

Es gibt am Markt unterschiedliche elektronische Bestellmöglichkeiten, die vom Hersteller oder vom Fachgroßhandel angeboten werden. Es gibt auch unabhängige Bestellplattformen. Je nachdem, für welche

Variante man sich entscheidet, werden diese kostenlos bzw. mit monatlichen Gebühren angeboten. Die Kosten liegen am Anfang bei der Einrichtung und Hinterlegung der Unternehmensstruktur. Die Mitarbeiter benötigen eine Schulung. Der Umgang ist relativ einfach. Wer sich mit herkömmlichen Online-Systemen ein wenig auskennt, wird hier in der Anwendung kein Problem haben. Vorteile sind etwa hinterlegte Bestelllisten, die ein zeitaufwendiges Suchen verhindern. Die meisten Bestellplattformen haben Produktbilder, Sicherheitsdatenblätter oder Produktdatenblätter hinterlegt, so dass diese Systeme sowohl als Bestellplattform als auch als Informationsplattform genutzt werden können. Darüber hinaus sind statistische Auswertungen möglich. Dies ist ein weiterer Vorteil, wenn man kein eigenes Warenwirtschaftssystem hat. Internet, ein Rechner oder Smartphone sind Voraussetzungen für die Nutzung eines elektronischen Bestellsystems. Ein Nachteil ist, wenn das Internet ausfällt ...

► **Vielen Dank für das interessante Gespräch!**

■ *Interview: Alexandra Höß*