

Die unerkannte Ressource Materialwirtschaft

Teil 1: *Was verstehen Sie unter Materialwirtschaft?*

Autor: Maximilian Spies

Leiter Printplus AKADEMIE

Printplus AG | CH-9451 Kriessern

Telefon +41 71 7379800

m.spies@printplus.ch | www.printplus.ch



Erfolgreiche Unternehmen verstehen unter Materialwirtschaft mehr als den Einkauf und die Verwaltung des Lagers. In dieser Serie stellen wir die vielen Facetten, dieses für die Wertschöpfung eines Unternehmens wichtigen Bereiches, vor. Im ersten Teil erfolgt eine Standortbestimmung.

Wohin entwickelt sich die Materialwirtschaft?

Es ist absehbar, dass nicht mehr nur Teilschritte in Fremdarbeit gefertigt werden, sondern komplette Produkte. Die Globalisierung bringt zusätzliche Anforderungen an Produktion und Beschaffung. Die Kunden sind über Portale und Web-Shops in die Wertschöpfungskette integriert, nun sind die Lieferanten an der Reihe. Es tauchen Forderungen nach einem Supplier-Relationship-Management (SRM) auf. Die steigende Produkt- und Variantenvielfalt birgt Komplexität, Abhängigkeiten und

Risiken entlang der Lieferkette. Fragt man in den Unternehmen nach, ist schnell die Rede von weiter zunehmender Kundensensibilität bezüglich der Liefertreue und des Preises. Verstärkt kommt das Kundenbewusstsein für nachhaltige Beschaffung und Produktion.

Total Integrierte Materialwirtschaft

Der Begriff der »total integrierten Materialwirtschaft« wurde bereits vor einigen Jahren geprägt. Was versteht man unter der »total integrierten Materialwirtschaft«? Das Konzept umfasst alle material- und informationsbezogenen Funktionen, erweitert um die Aufgaben der Planung und Steuerung. Beginnend mit den marktorientierten Aufgaben des Einkaufes, über die unterschiedlichen Fertigungsstufen bis zur Warenverteilung der Fertigwaren an die Kunden und unter Umständen die Entsorgung der Waren.

Was ändert sich?

Früher war der Einkauf eine operative Funktion im Innendienst, mit geringer IT-Unterstützung. So kam es zu zahlreichen Anwendungen in Excel oder ähnlichem. Letztlich war für den Einkauf der Druckerei der Preis das zentrale Entscheidungskriterium, die Lieferantenbeziehungen eher kurzfristig ausgerichtet. In vielen Unternehmen hat hier bezüglich der Wertschöpfungs-, Prozess- und Partnerorientierung bereits ein Umdenken eingesetzt. Der Einkauf hat dort eine strategische Funktion. Die Beschaffung ist Erfolgsfaktor und Werttreiber. Der Konzentration im Unternehmen auf Kernkompetenzen folgte eine Optimierung der Prozesse und Strukturen.

Ziele der Materialwirtschaft

Zentrales Ziel ist die bedarfsgerechte Materialversorgung in mengenmäßiger, qualitativer, zeitlicher und örtlicher Hinsicht. Neben der Versorgungssicherheit sind ein hoher Servicegrad, die Qualitätssicherung mit nachhaltigen Lieferantenbeziehungen sowie die Beschaffungsflexibilität unter Einhaltung ökologischer Aspekte wichtig. Die Minimierung der Kosten der Materialbeschaffung, der Materiallagerung und der -bereitstellung bleibt ein zusätzliches Ziel.

Meine Empfehlung:

Achten Sie nicht nur auf den Einkaufspreis. Ziehen Sie die Kosten für die Bestellabwicklung, Materialfluss und Fehlmengen in der gesamten Betrachtung mit heran.

Total integrierte Materialwirtschaft				
Erweiterte Materialwirtschaft				
Integrierte Materialwirtschaft				
Beschaffung	Lagerung	Transport	Entsorgung	Produktionsplanung und Steuerung
Einkauf				Distribution

Erfolgreiche Unternehmen praktizieren heute eine »total integrierte Materialwirtschaft«.