

## Checkliste: Einkaufskosten senken

Autor: Frank Pollack

### Immer auf der sicheren Seite

- ✔ **Von unserer Fachredaktion geprüft** Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

# Einkaufskosten senken

Einkäufe machen in Handwerksbetrieben nicht selten ein bis zwei Drittel des Umsatzes aus. Entsprechend groß sind oftmals die Einsparpotenziale. Die Senkung der Beschaffungskosten um drei oder vier Prozent kann - je nach Kostensenkungsaufwand und Rentabilität des Betriebes - einen Gewinnprung bedeuten, für den ansonsten eine 20-bis 30-prozentige Umsatzsteigerung erforderlich wäre. Es lohnt sich also, die Einkaufskosten im Blick zu haben. Die folgende Checkliste hilft dabei - Schritt für Schritt.

Maßnahme	Erledigt	Notizen
<p><b>1. Datensammlung.</b> Wofür gibt Ihr Unternehmen wie viel Geld aus? Listen Sie - am besten mit Hilfe Ihrer kaufmännischen Software oder auch in einer Excel-Tabelle - einmal alle Waren (gruppen) und Dienstleistungen auf, die Sie in den letzten 12 bis 24 Monaten zugekauft haben. Denken Sie dabei nicht nur an Waren, sondern auch an Aspekte wie Energie, Bankservices, Gebäudedienstleistungen oder Weiterbildungen. Ordnen Sie den jeweiligen Positionen die entsprechenden Kosten zu.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>2. A-B-C-Bedarfsanalyse.</b> Erfahrungen zeigen, dass in den meisten Unternehmen etwa 10 bis 20 Prozent der zugekauften Waren und Dienstleistungen rund 80 Prozent des Einkaufswertes auf sich vereinen. Identifizieren Sie diese Schlüsseleinkäufe und stufen Sie sie als Kategorie A ein. Umgekehrt machen 50 bis 70 Prozent der Zukäufe gewöhnlich nur etwa 5 Prozent des Wertes aus: die sogenannten C-Artikel. B-Einkäufe sind alle übrigen, auf die zusammen ungefähr 15 bis 20 Prozent des Gesamtwertes entfallen.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>3. A-B-C-Lieferantenanalyse.</b> Analog zu den Einkäufen lassen sich auch die Lieferanten in A-, B- und C-Lieferanten unterteilen (siehe auch hm 2/2014, Seite 37). Nehmen Sie auch diese Bewertung vor. Vorsicht vor übereilten Schlüssen! Nicht jeder Zulieferer von A-Artikeln ist automatisch ein A-Lieferant! Prüfen Sie strikt nach dem unter Punkt 2 beschriebenen Schlüssel.</p>	<input type="checkbox"/>	
<p><b>4. Strategische Planung.</b> Mit der doppelten A-B-C-Analyse (Schritte 2 und 3) haben Sie einen Kompass, um Prioritäten richtig setzen und Ihre Ressourcen (Zeit, Personal, Geld) optimal einsetzen zu können. Richten Sie Ihr Augenmerk zuerst auf die A-Bedarfe und A-Lieferanten. Arbeiten Sie auch die</p>	<input type="checkbox"/>	

---

folgenden Schritte für diese Kategorie ab, bevor Sie sich Ihren B- und C-Bedarfen widmen. Denn pünktliche, qualitativ hochwertige und preislich wettbewerbsfähigen A-Lieferungen sind für Ihr Unternehmen existenziell, die Lieferanten oft besonders eng in die Abläufe in Ihrem Unternehmen eingebunden. Die A-Kategorie bedarf deshalb der höchsten strategischen Risikovorsorge und birgt in der Regel auch die größten Optimierungspotenziale!

---

**5. Produktbewertung.** Welche Ansprüche stellen Sie an die von Ihnen zugekauften Produkte und Dienstleistungen? Notieren Sie zu jeder Warengruppe Ihre (realistischen) Ansprüche und dazu den tatsächlichen Stand bezüglich Mengen, Qualitäten, Lieferfristen und Preisen.

**6. Prozessanalyse.** Untersuchen Sie Ihre Einkaufsprozesse, von der Bedarfsfeststellung über Rechercheaufwand, Bestellverfahren, Genehmigungswege, Lieferung und Abnahme bis hin zu Rechnungsabwicklung und Reklamationen. Welche Kosten verursachen die bisher üblichen Abläufe und stehen diese in Relation zum Wert der gekauften Waren/ Leistungen? Wo können Vorgänge optimiert werden? Wo entstehen regelmäßig Reibungspunkte, die abgestellt werden müssen?

**7. Lieferantenbewertung.** Gleichen Sie auch bezüglich der Lieferanten Ihre Wünsche mit den Realitäten ab. Beziehen Sie dabei insbesondere die Ergebnisse der Produktbewertung und Prozessanalyse mit ein. Inwiefern können Lieferanten dazu beitragen, dort festgestellte Defizite zu lösen?

**8. Bedarfsbündelung.** Wo bestehen Möglichkeiten, Bedarfe sinnvoll zu bündeln, um zum Beispiel bessere Preise erzielen, Prozesskosten senken oder auch Lieferanten besser in eigene Abläufe integrieren zu können? Betrachten Sie dabei nicht nur das eigene Unternehmen, sondern berücksichtigen Sie auch mögliche Kooperationen mit anderen Firmen oder bestehenden Einkaufsgemeinschaften. Es gibt entsprechende Verbände bereits in vielen Branchen, Regionen oder für besondere Bedarfe (zum Beispiel Energie, Rohstoffe). Viele nutzen die Möglichkeiten des Internets um effektive Strukturen zu schaffen. In Kammern und vielen Handwerksorganisationen erhalten Sie dazu kompetente Beratung.

---

**9. Recherche.** Suchen Sie aktiv und systematisch nach Alternativen zu Ihrer bisherigen Einkaufspraxis. Gibt es Produkte, Lieferanten oder Einkaufsgemeinschaften, mit deren Hilfe sich Aufgaben künftig besser, unkomplizierter oder preisgünstiger erfüllen lassen? Beginnen Sie Ihre Recherchen dort, wo Ihre Ansprüche und der Ist-Zustand am weitesten auseinanderklaffen (siehe Schritte 5 bis 7) – und bei den A-Bedarfen. Behalten Sie den Markt aber auch dort im Blick, wo Sie eigentlich zufrieden sind (zum Beispiel durch Fachliteratur, Messebesuche usw.). Verpassen Sie keine wichtigen Entwicklungen am Markt!



---

**10. Verhandlungen.** Mit dem in den Schritten 1-9 zusammengetragenen Know-how haben Sie sich eine optimale Grundlage für erfolgreiche Verhandlungen erarbeitet. Suchen Sie das Gespräch mit bestehenden und/ oder neuen Lieferanten, um ihre Strategie Schritt für Schritt umzusetzen. Verhandeln Sie dabei nicht nur über Preise, sondern achten Sie auch auf effiziente Abläufe, optimale Qualität, Liefersicherheit, Zahlungsbedingungen und Risikominimierung. Nutzen Sie, soweit vorhanden, auch Möglichkeiten, Bedarfe auszuschreiben und somit Anbieter zur Abgabe vergleichbarer Angebote anzuhalten. Über das Internet bieten sich auch für kleinere Unternehmen zunehmend praktikable Möglichkeiten, zum Beispiel für die Ausschreibung von Energiebedarfen.



---

**11. Controlling.** Achten Sie auf ein kontinuierliches Controlling im gesamten Einkaufsprozess. Durch die Überwachung aller Vorleistungen und Zahlungseingänge, eine strikte Qualitätskontrolle und Reklamationspolitik, durch Skontozahlungen und ein konsequentes Mahnwesen können Sie oftmals höhere Effizienzgewinne erzielen als durch Verhandlungen mit Ihren Lieferanten.

---

