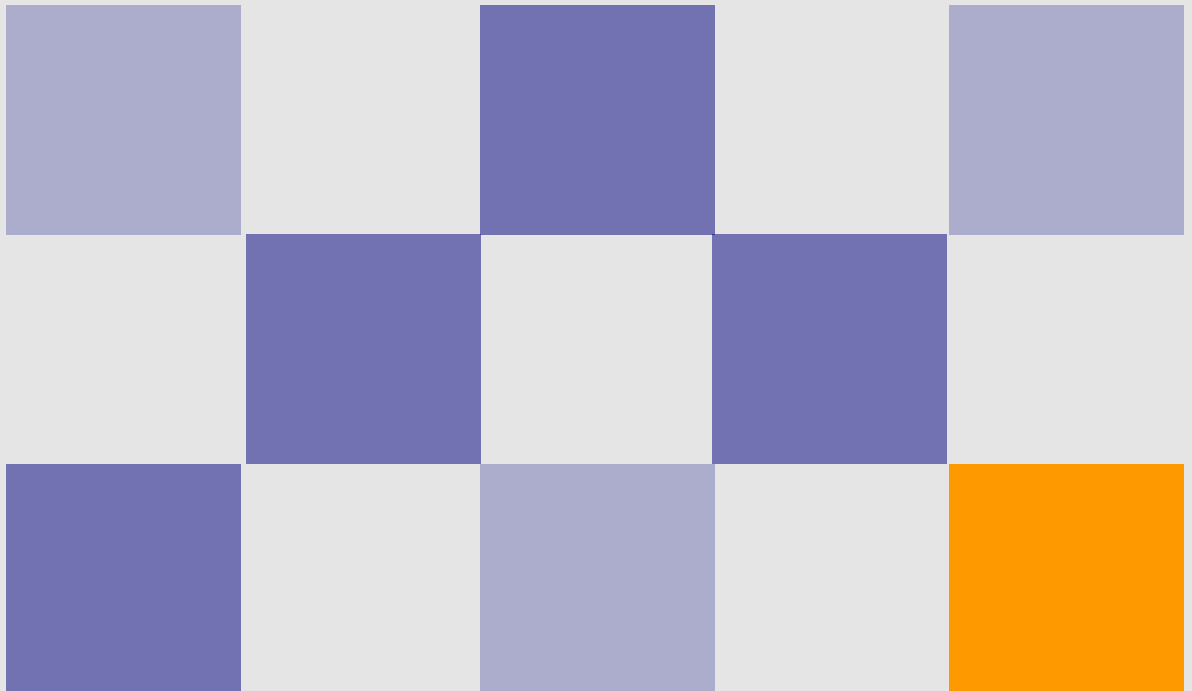


Blitzumfrage

**Einkaufsberater –
Willkommene Helfer oder Unruhestifter?**

Juni 2011



Inhaltsverzeichnis

Management Summary.....	3
Vorbemerkung.....	5
Stichprobenstruktur.....	5
Ergebnisse der Umfrage.....	8
Fazit.....	19
Kurzvorstellung Kloepfel Consulting.....	21
Kurzvorstellung Renditemotor Einkauf.....	22
Studienpartner Beschaffung aktuell.....	22

Management Summary

Erfahrungen der Teilnehmer mit Einkaufsberatern

- ❖ Mehr als ein Viertel der Teilnehmer (28%) haben bereits drei oder mehr Beratungsprojekte im Einkauf mitgemacht.
- ❖ Innerhalb des Branchenvergleiches zeigt sich, dass Teilnehmer aus den Bereichen IT/Telekommunikation am häufigsten mit Einkaufsberatern zusammengearbeitet haben, im Schnitt 2,62-mal. Der branchenübergreifende Gesamtdurchschnitt liegt bei 2,17-mal.
- ❖ In den Branchen Handel (1,36-mal), Konsumgüter (1,67-mal) und Automobil- und Zulieferindustrie (2,03-mal) werden am seltensten Einkaufsberater engagiert.

Zielerreichung der Einkaufsberater

- ❖ Gefragt nach der Zielerreichung durch Berater fallen die Antworten der Teilnehmer sehr heterogen aus. Sechs Prozent sagen, dass die Ziele der Einkaufsberater übertroffen wurden. 14% geben an, dass die gesteckten Ziele erreicht wurden. „Teilweise erreicht“ sagen noch 38% der Teilnehmer. Ein Viertel gibt an, dass die Berater die vorher bezifferten Ziele nicht erreichen konnten.
- ❖ Die fünf Hauptergebnisse, die Berater in Einkaufsprojekten erzielten, sind die Erhöhung der Transparenz (32%), Optimierung der Prozesse und Organisation (29%), die Reduzierung der Beschaffungskosten von direkten Bedarfen (29%) und indirekten Bedarfen (23%), sowie eine Verringerung der Lieferantenzahl (22%).

Erfahrungen mit Einkaufsberatern

- ❖ Beim letzten Einkaufsprojekt mit Beratern wurden mehr negative als positive Erfahrungen gemacht. Während 28% angeben „eher positive“ bzw. „positive“ Erfahrungen gemacht zu haben, sagen 32%, dass ihr Eindruck „eher negativ“ bis „negativ“ ist.
- ❖ Einkaufsberater müssen zu Projektbeginn mit einer negativen Einstellung der Mitarbeiter rechnen. 39% geben an, dass ihre Einstellung „eher negativ“ war, bei drei Prozent war sie sogar „sehr negativ“. Lediglich sieben Prozent gingen mit einer „eher positiven“ Einstellung den Beratern gegenüber ins Projekt. Nur ein Prozent starteten mit einer „sehr positiven“ Einstellung in ein Einkaufsprojekt.

- ❖ Die Einstellung der Mitarbeiter gegenüber Beratern hat sich zum Ende eines Projektes häufiger verbessert (46%) als verschlechtert (31%).
- ❖ Unterscheidet man die Antworten nach der Position der Teilnehmer, fällt auf, dass vor allem Geschäftsführer und Vorstände die besten Erfahrungen mit Beratern gemacht haben. 50% geben an, dass diese „eher positiv“ bzw. „positiv“ waren. Hingegen nur 21% haben „eher negative“ Erfahrungen gemacht. Keine Person dieser Gruppe hat „negative“ Erfahrungen angegeben.
- ❖ Die meistgenannte negative Erfahrung der Teilnehmer ist, dass Bedürfnisse der Mitarbeiter von den Beratern nicht verstanden wurden (32%). Fast genauso häufig bemängeln die Teilnehmer, dass sich die Berater nicht in die Unternehmen integriert haben (31%).
- ❖ Eine „strukturierte Vorgehensweise“ ist die am häufigsten genannte positive Erfahrung, die mit Einkaufsberatern gemacht wurde. Jeder Zweite gab diese Antwort an. Ein „ausgeprägtes Methodenwissen“ (36%) und „Leistungsorientiertheit“ (34%) folgen auf den nächsten Plätzen der meistgenannten Antworten.

Wichtigsten Eigenschaften von Einkaufsberatern

- ❖ Fachliche Kompetenz (75%), hohe Praxiserfahrung (74%) und analytische Fähigkeiten (70%) sind die drei wichtigsten Eigenschaften eines guten Einkaufsberaters.

Bedarf an Einkaufsberatern

- ❖ Den mit Abstand größten Bedarf an Beratungsleistung sehen die Teilnehmer in der Optimierung von Prozessen und der Organisation (65%). Dahinter folgen die Weiterqualifizierung von Mitarbeitern (44%) und die Implementierung bzw. Verbesserung des Einkaufscontrolling (41%).

Honorierung von Einkaufsberatern

- ❖ Der Hauptgrund, warum Einkaufsberatungen nicht beauftragt werden, liegt in der Sorge, dass die Kosten die Einsparungen übersteigen (52%).
- ❖ Bei der Vergütung der Einkaufsberatungen existiert ein klar bevorzugtes Honorarmodell, die teilweise fixe und teilweise erfolgsabhängige Vergütung. 56% aller Teilnehmer geben dieses Modell als Favorit an.

Vorbemerkung

Im Mai 2011 hat die Einkaufsberatung *Kloepfel Consulting GmbH*, Düsseldorf in Kooperation mit *Renditemotor Einkauf* und *Beschaffung aktuell* eine Blitzumfrage zum Thema „Einkaufsberater – Willkommene Helfer oder Unruhestifter?“ gestellt. An der auf www.voycer.de online durchgeführten Befragung haben 202 Personen teilgenommen. Die Stichprobenstruktur wird im folgenden Abschnitt beschrieben.

Stichprobenstruktur

Die meisten Teilnehmer dieser Studie kommen aus dem Maschinen- und Anlagenbau (18%), gefolgt von der Automobil- und Zulieferindustrie (15%), sowie Chemie, Pharma, Healthcare (10%). Der Handel (7%), High Tech und Elektronik (6%), sowie IT/Telekommunikation (6%) haben noch einen Anteil von jeweils mehr als fünf Prozent. Die weiteren Branchen Konsumgüter, Eisen, Stahl und Baugewerbe, Versorger, Finanzen, Papier & Druck, Öffentlicher Dienst sowie Transport & Logistik liegen unter fünf Prozent. 20% der Teilnehmer haben sonstige als Branchenzugehörigkeit angegeben.

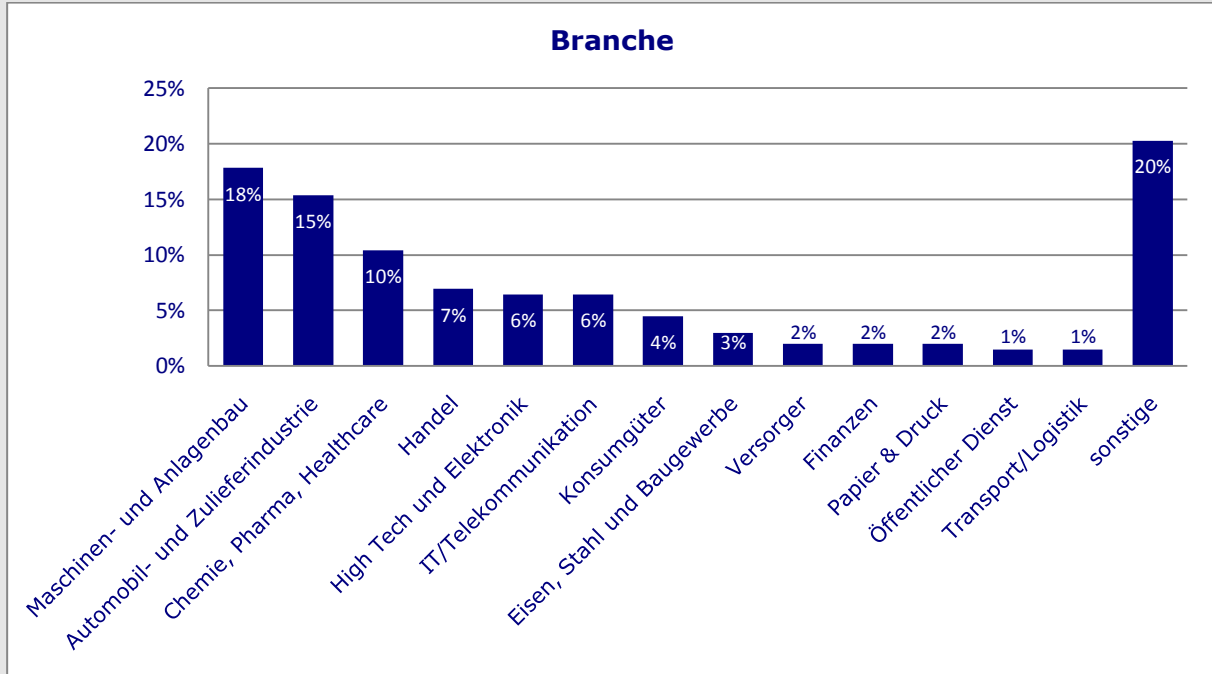


Abbildung 1: Branchenzugehörigkeit

In dieser Studie sind Unternehmen aller Umsatzklassen vertreten. Sowohl Unternehmen mit weniger als 20 Mio. Euro Jahresumsatz (15%), als auch Unternehmen mit mehr als 1 Mrd. Euro Umsatz pro Jahr (26%). Die Verteilung der restlichen Teilnehmer gliedert sich wie folgt: 13% der Teilnehmer sind in

Unternehmen mit einem Umsatz zwischen 21-50 Mio. Euro beschäftigt, 12% in Unternehmen mit 51-100 Mio. Euro Umsatz pro Jahr, 16% mit 101-250 Mio. Euro, 8% mit 251-500 Mio. und 9% mit 501-1000 Mio. Jahresumsatz 2010.

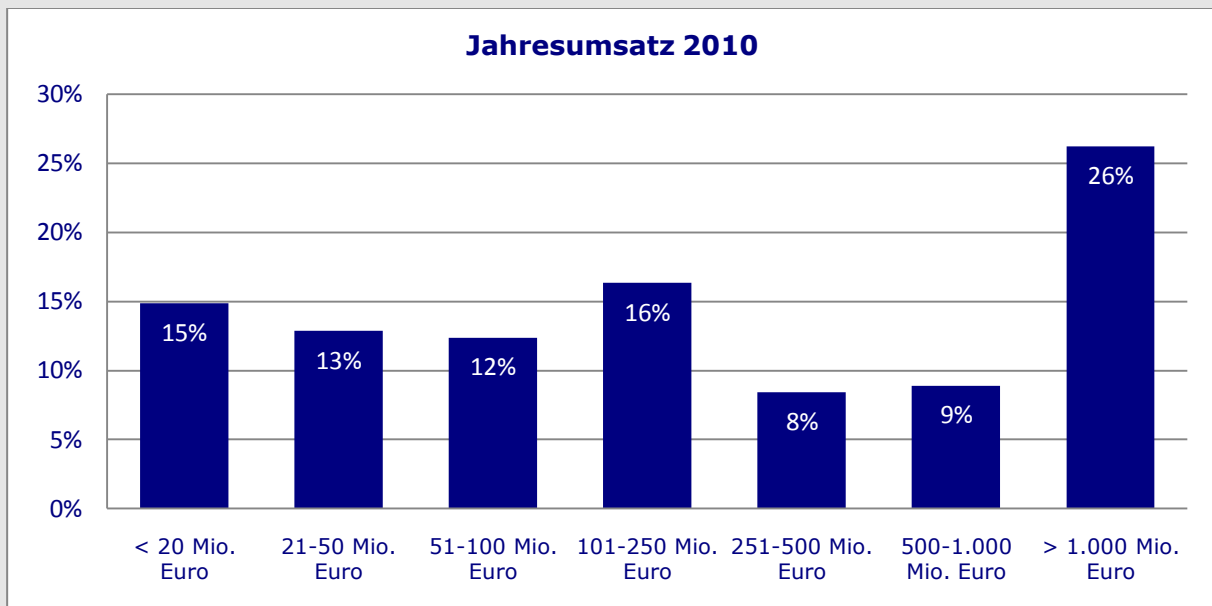


Abbildung 2: Jahresumsatz 2010

Insgesamt 82% der Teilnehmer arbeiten im Einkauf. Mit 41% bilden Einkaufsleiter die größte Gruppe. 30% sind strategische und 11% operative Einkäufer. Geschäftsführer sind mit sieben Prozent in dieser Studie vertreten. Vier Prozent arbeiten in der Abteilung Marketing/Vertrieb. Insgesamt sieben Prozent geben sonstige an.

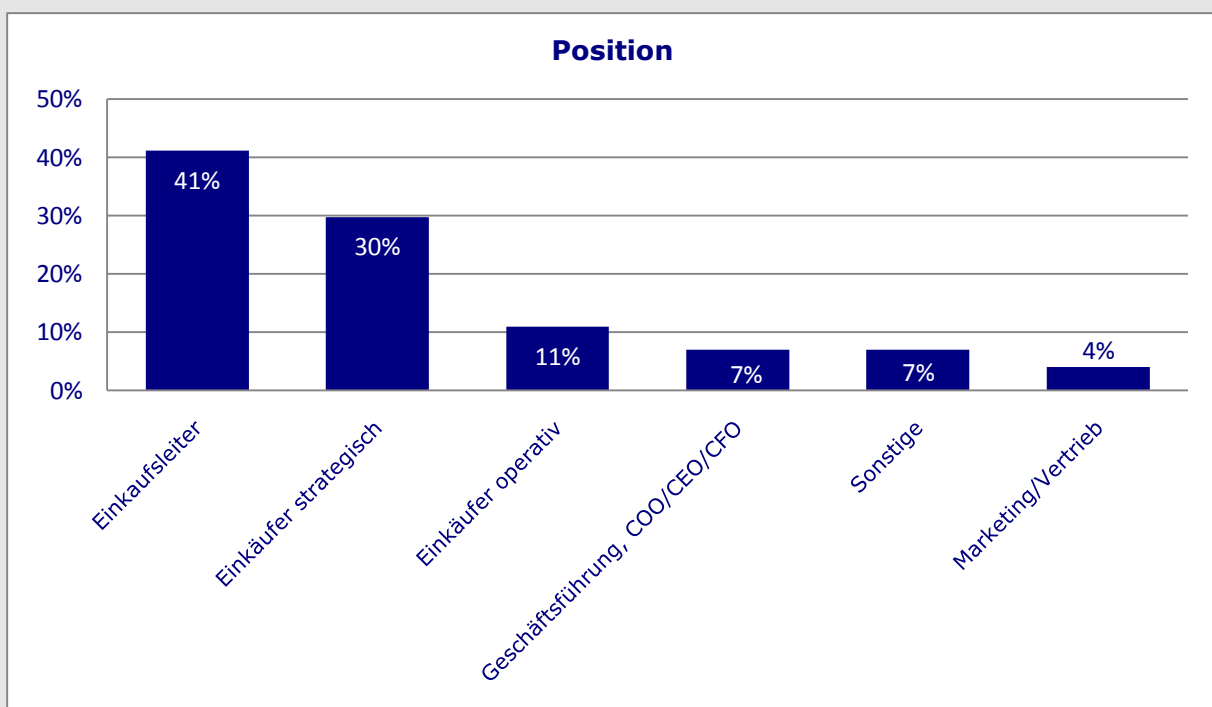


Abbildung 3: Position

Ergebnisse der Umfrage

Die große Mehrheit der Teilnehmer hat bereits Erfahrung mit Einkaufsberatern gemacht. Nur 17% geben an, dass sie noch keine Projekte mit Einkaufsberatungen durchgeführt haben. Mehr als ein Viertel (28%) haben bereits drei oder mehr Beratungsprojekte im Einkauf mitgemacht. 17% haben einmal, 25% zweimal und 13% bereits dreimal mit Einkaufsberatungen zusammengearbeitet.

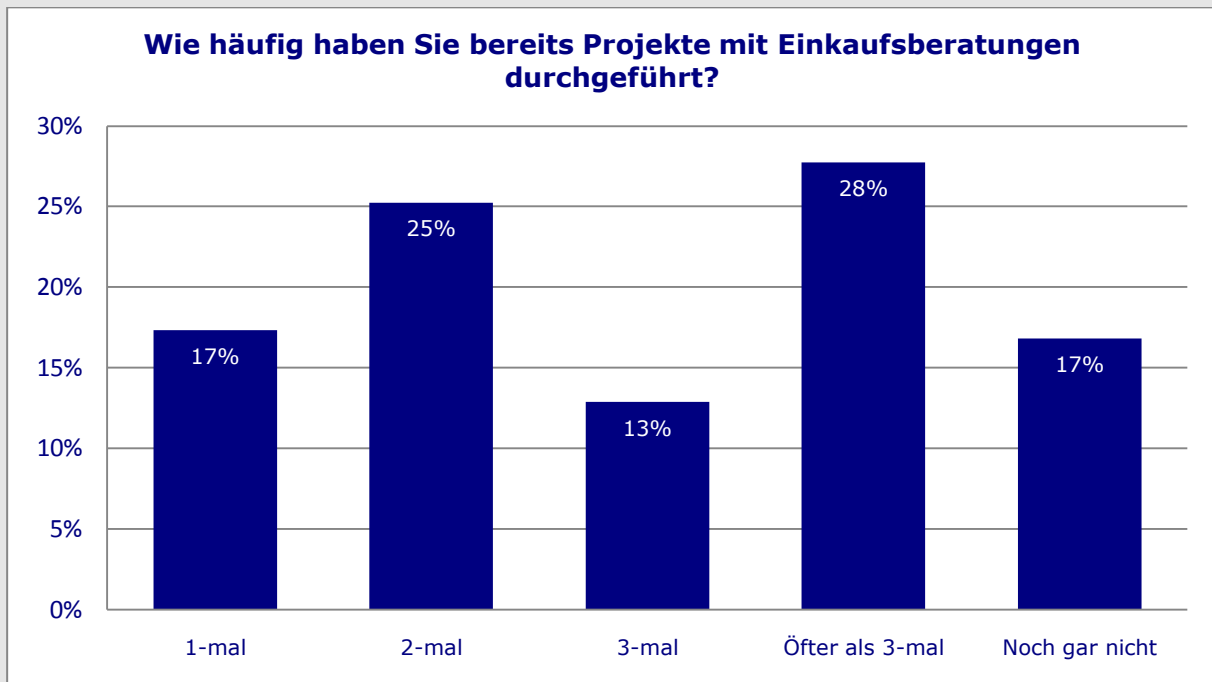


Abbildung 4: Wie häufig haben Sie bereits Projekte mit Einkaufsberatungen durchgeführt?

Im Branchenvergleich zeigt sich, dass Teilnehmer aus den Bereichen IT/Telekommunikation am häufigsten mit Einkaufsberatern zusammengearbeitet haben, im Schnitt 2,62-mal. Der Gesamtdurchschnitt liegt bei 2,17-mal. Deutlich wird hier, dass im Handel (1,36-mal), der Konsumgüterindustrie (1,67-mal) und der Automobil- und Zulieferbranche (2,03-mal) am seltensten Einkaufsberater gesehen werden. Häufiger dagegen trifft man Berater in Unternehmen aus den Branchen Chemie, Pharma und Healthcare (2,43-mal), Maschinen- und Anlagenbau (2,42-mal), sowie bei High Tech und Elektronik (2,38-mal). Eisen, Stahl und Baugewerbe und sonstige befinden sich im Branchendurchschnitt von 2,17-mal.

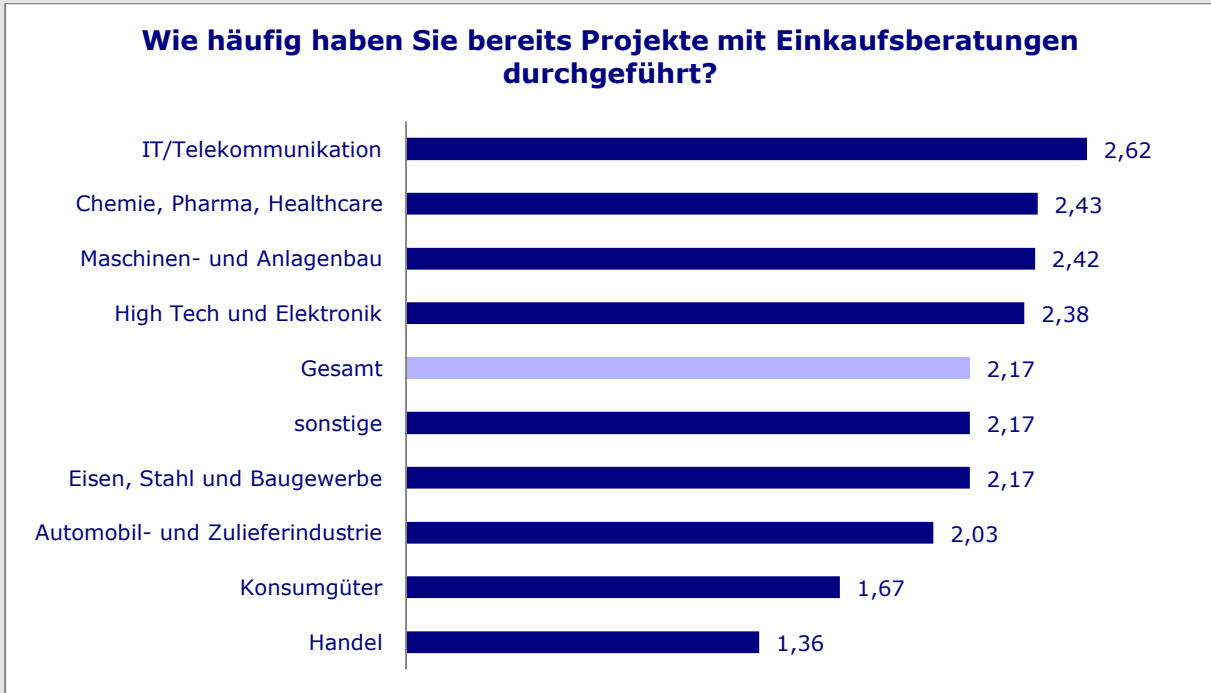


Abbildung 5: Wie häufig haben Sie bereits Projekte mit Einkaufsberatungen durchgeführt?

Gefragt nach der Zielerreichung durch Berater fallen die Antworten sehr heterogen aus. Sechs Prozent sagen, dass die Ziele der Einkaufsberater übertroffen wurden. 14% geben an, dass die gesteckten Ziele erreicht wurden. Teilweise erreicht sagen noch 38% der Teilnehmer. Ein Viertel gibt an, dass die Berater die vorher bezifferten Ziele nicht erreichen konnten. 17% haben noch kein Projekt durchgeführt.

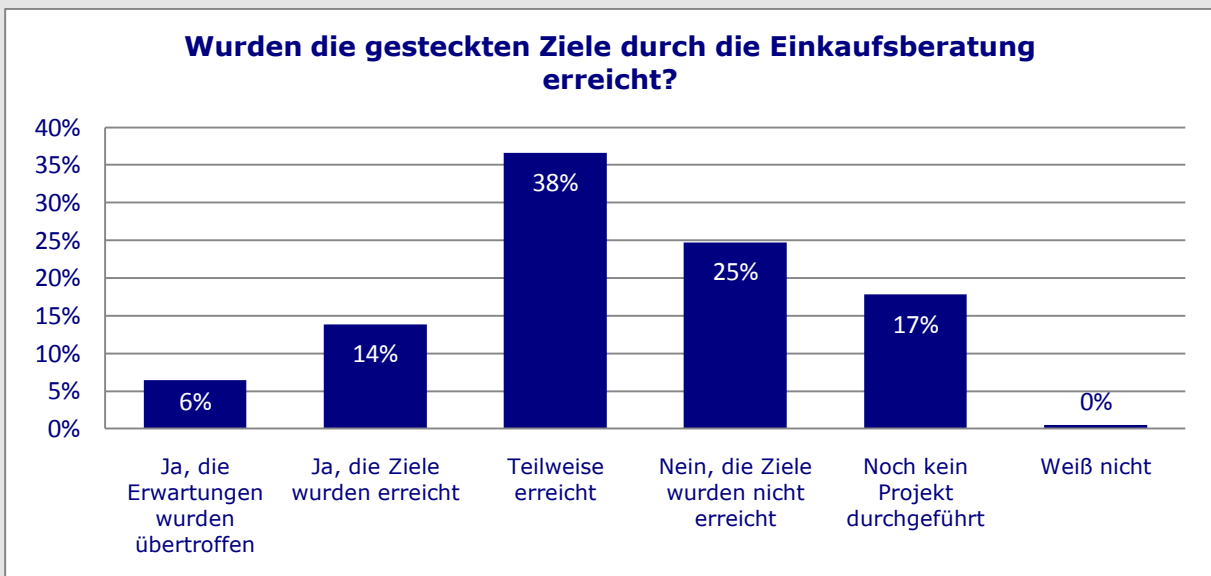


Abbildung 6: Wurden die gesteckten Ziele durch die Einkaufsberatung erreicht?

Die fünf Hauptergebnisse, die Berater in Einkaufsprojekten erzielten, sind Erhöhung der Transparenz (32%), Optimierung der Prozesse und Organisation (29%), Reduzierung der Beschaffungskosten von direkten Bedarfen (29%) und indirekten Bedarfen (23%) sowie eine Verringerung der Lieferantenzahl (22%).



Abbildung 7: Welche Ergebnisse wurden in dem Beratungsprojekt erzielt?

Im letzten Einkaufsprojekt mit Beratern wurden mehr „negative“ als „positive“ Erfahrungen gemacht. Während 28% angeben, „eher positive“ bzw. „positive“ Erfahrungen gemacht zu haben, sagen 32%, dass ihr Eindruck „eher negativ“ bis „negativ“ ist. 23% bewerten ihre Eindrücke als „neutral“, während 17% noch gar „keine Erfahrung“ mit Beratern gemacht haben.

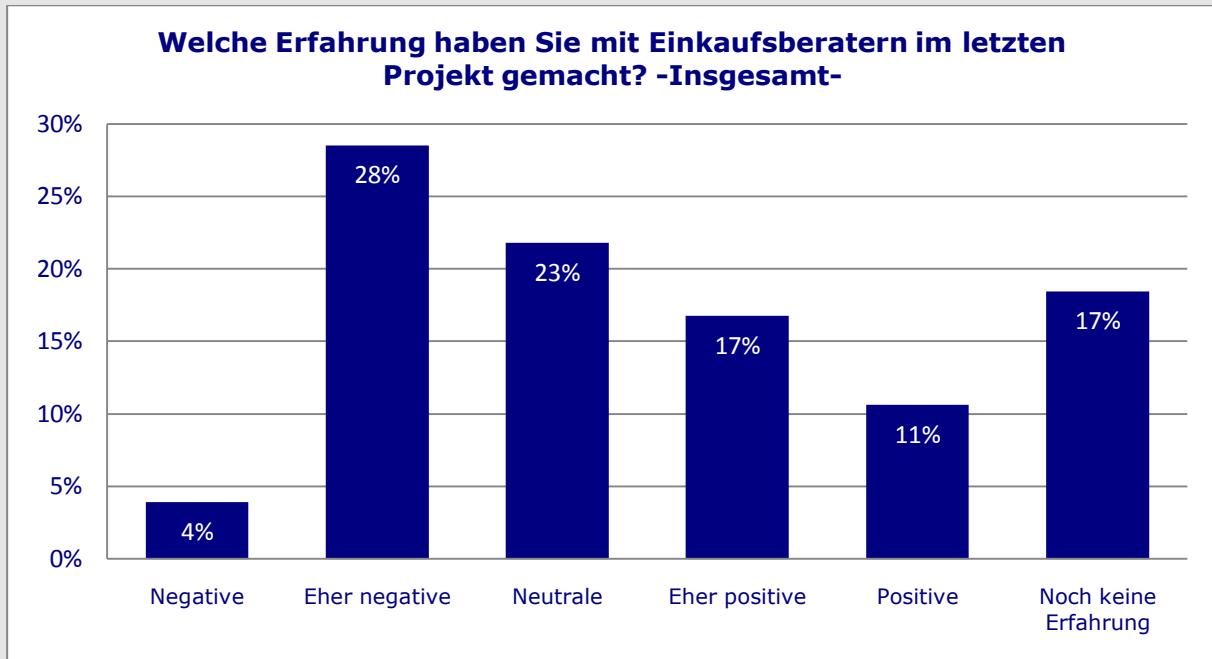


Abbildung 8: Welche Erfahrung haben Sie mit Einkaufsberatern im letzten Projekt gemacht? -Insgesamt-

Differenziert man die Antworten jedoch nach der Position der Teilnehmer, wird deutlich, dass vor allem Geschäftsführer und Vorstände die besten Erfahrungen mit Beratern gemacht haben. 50% dieser Gruppe geben an, dass diese „eher positiv“ bzw. „positiv“ waren. Hingegen nur 21% haben „eher negative Erfahrungen“ gemacht. Niemand auf der Führungsebene hat „negative Erfahrung“ angegeben. Konträr sehen die Erfahrungen der Einkaufsleiter aus. Hier fallen die Eindrücke am schlechtesten von allen Teilnehmern aus. 34% der Einkaufsleiter haben „eher negative“ und sechs Prozent „negative“ Erfahrungen gemacht. Nur knapp ein Viertel (24%) hat positive Antworten angegeben, jeweils 12% gaben „eher positive“ bzw. „positive“ an. Viele operative Einkäufer hatten noch keinen Kontakt mit Einkaufsberatern (41%). Bei denjenigen, die bereits Erfahrungen mit ihnen gesammelt haben, gleichen sich positive und negative Erfahrungen in etwa aus. Bei strategischen Einkäufern halten sich positive und negative Eindrücke ebenfalls in etwa die Waage.

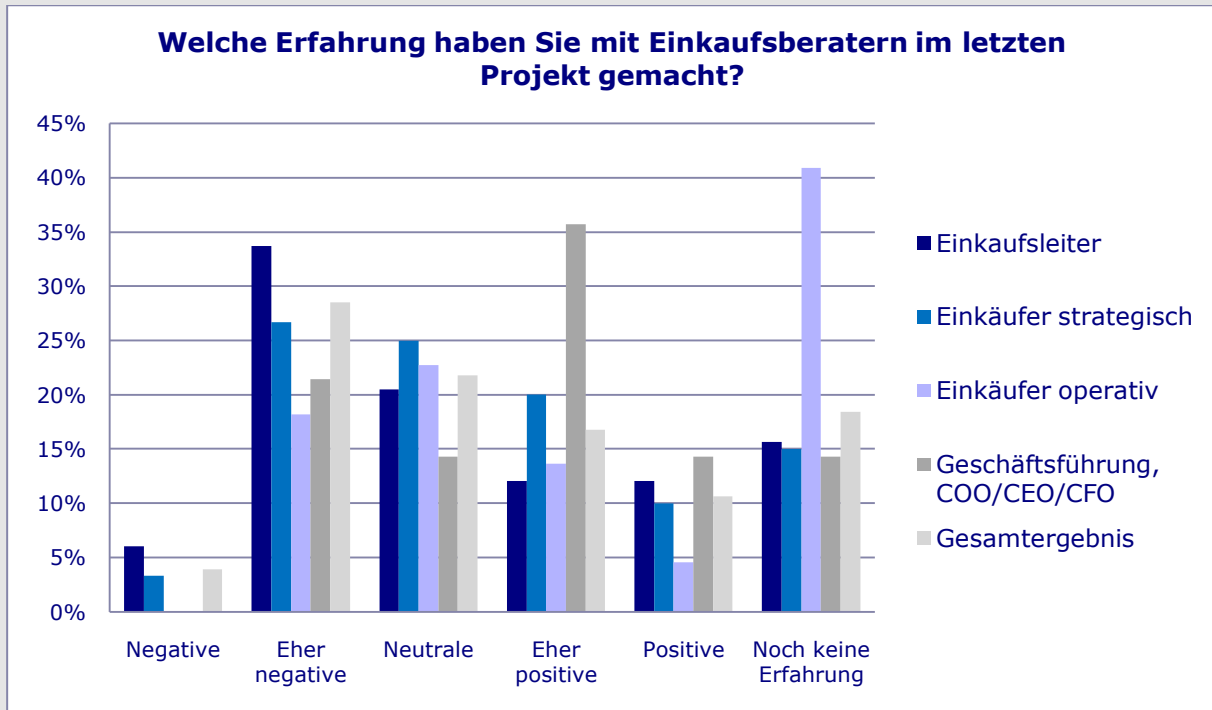


Abbildung 9: Welche Erfahrung haben Sie mit Einkaufsberatern im letzten Projekt gemacht?

Eine strukturierte Vorgehensweise ist die am häufigsten genannte positive Erfahrung, die mit Einkaufsberatern gemacht wurde. Jeder zweite Teilnehmer gab diese Antwort an. Ein ausgeprägtes Methodenwissen (36%) und Leistungsorientiertheit (34%) folgen auf den nächsten Plätzen der meistgenannten Antworten. 26% heben die Umsetzungsorientierung der Berater positiv hervor. Knapp ein Viertel der Teilnehmer (24%) heben positiv hervor, dass die Berater keinesfalls überheblich gegenüber den Mitarbeitern aufgetreten seien. Fast jeder Fünfte (19%) hat positive Erfahrungen mit der hohen Fachkompetenz der Consultants. Die Bedürfnisse der Mitarbeiter wurden von den Beratern verstanden, gaben 16% an. Laut 15% der Teilnehmer haben sich die Berater gut in das Unternehmen integriert. Nur noch acht Prozent geben an, dass Berater die Sorgen der Mitarbeiter genommen haben. Gerade einmal vier Prozent der Berater haben nach Meinung der Teilnehmer die Beziehung zu Lieferanten verbessert.



Abbildung 10: Welche positiven Erfahrungen haben Sie mit Einkaufsberatungen gemacht?

Die meistgenannte negative Erfahrung der Teilnehmer ist, dass Bedürfnisse der Mitarbeiter von den Beratern nicht verstanden wurden (32%). Fast genauso häufig bemängeln die Teilnehmer, dass sich die Berater nicht in die Unternehmen integriert haben (31%). 28% sind der Meinung, dass die Berater die Beziehung zu Lieferanten verschlechtert haben. Mangelnde Fachkompetenz der Einkaufsspezialisten wird von mehr als jedem vierten Teilnehmer (27%) an-gegeben. Überhebliches Auftreten gegenüber Mitarbeitern bemängeln immerhin noch 26%. Die Hoffnung, dass Berater die Sorgen der Mitarbeiter nehmen können, konnten 25% nicht erfüllen. Fehlende Umsetzungsorientiertheit ist auch bei 20% der Teilnehmer eine negative Erfahrung mit Einkaufsberatern. Ganz selten wurde die Punkte „keine Leistungsorientierung“ (5%), keine strukturierte Vorgehensweise“ (3%) und „fehlendes Methodik-Wissen“ (3%) genannt.



Abbildung 11: Welche negativen Erfahrungen haben Sie mit Einkaufsberatungen gemacht?

Fachliche Kompetenz (75%), hohe Praxiserfahrung (74%) und analytische Fähigkeiten (70%) sind die drei wichtigsten Eigenschaften eines guten Einkaufsberaters. Diese Antworten wurden am häufigsten von den Studienteilnehmern genannt. Methodik-Wissen (67%), soziale Kompetenz (57%) und Umsetzungsfähigkeit (54%) sind ebenfalls von den Teilnehmern geschätzte Eigenschaften, die Berater mitbringen sollten. Technische Kompetenz (20%), die Implementierung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse (22%) und gutes Verhandlungsgeschick (28%) werden als weniger wichtig angesehen.

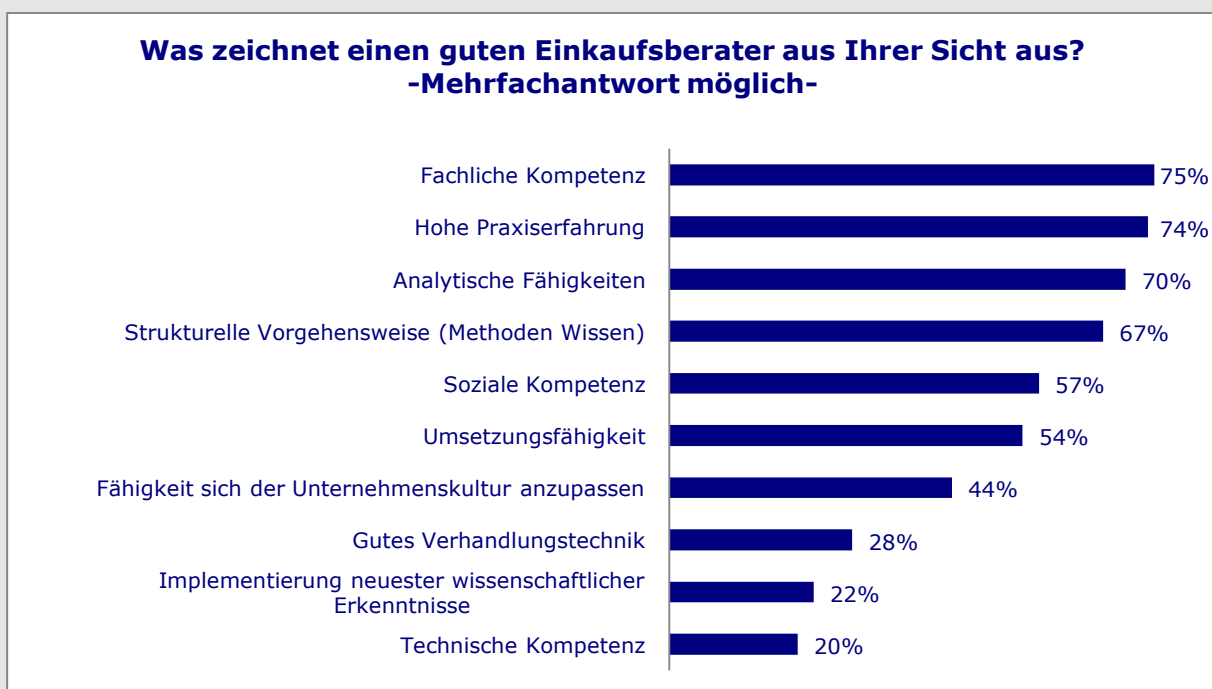


Abbildung 12: Was zeichnet einen guten Einkaufsberater aus Ihrer Sicht aus?

Einkaufsberater müssen zu Projektbeginn mit einer negativen Einstellung der Mitarbeiter rechnen. 39% geben an, dass ihre Einstellung „eher negativ“ war, bei drei Prozent war sie sogar „sehr negativ“. Lediglich sieben Prozent gingen mit einer „eher positiven“ Einstellung den Beratern gegenüber ins Projekt. Nur ein Prozent starten mit einer „sehr positiven“ Einstellung in ein Einkaufsprojekt. Bei 33% der Mitwirkenden war die Haltung „neutral“.

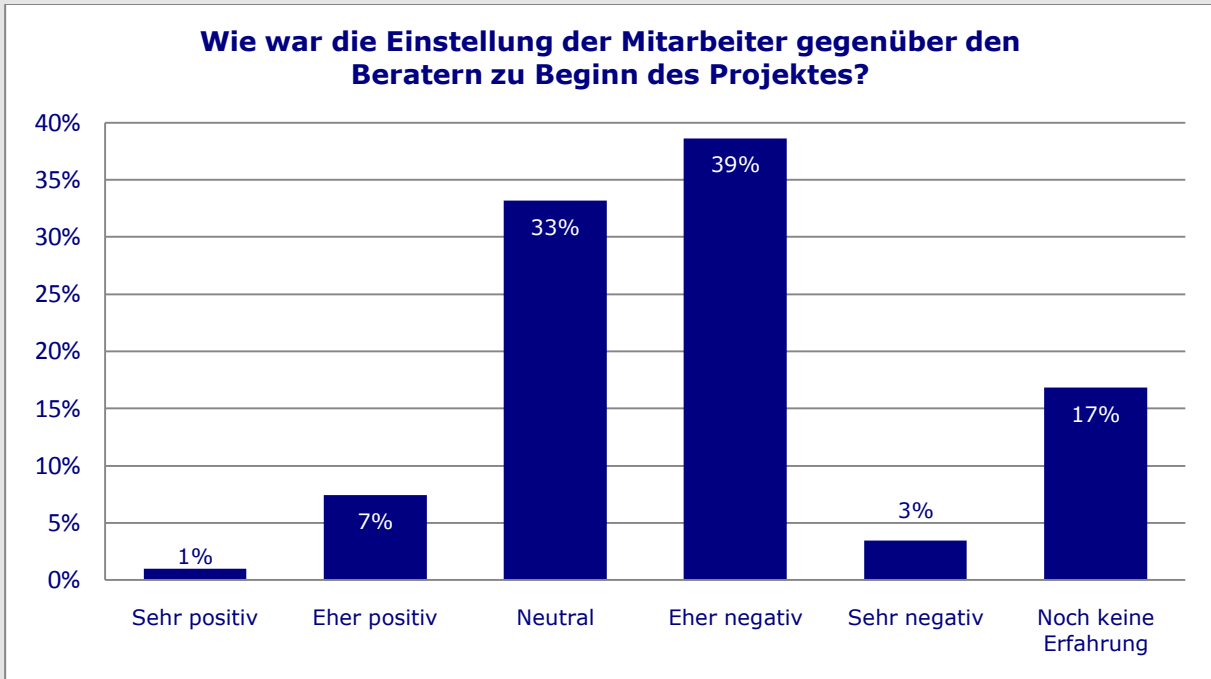


Abbildung 13: Wie war die Einstellung der Mitarbeiter gegenüber den Beratern zu Beginn des Projektes?

Zum Ende eines Projektes waren die Einstellungen der Mitarbeiter gegenüber den Beratern weiterhin öfter negativ als positiv. Insgesamt weisen noch 38% eine negative Einstellung und nur 22% eine positive Meinung auf. Die Teilnehmer mit einer neutralen Haltung am Ende eines Projektes liegen bei 23%.

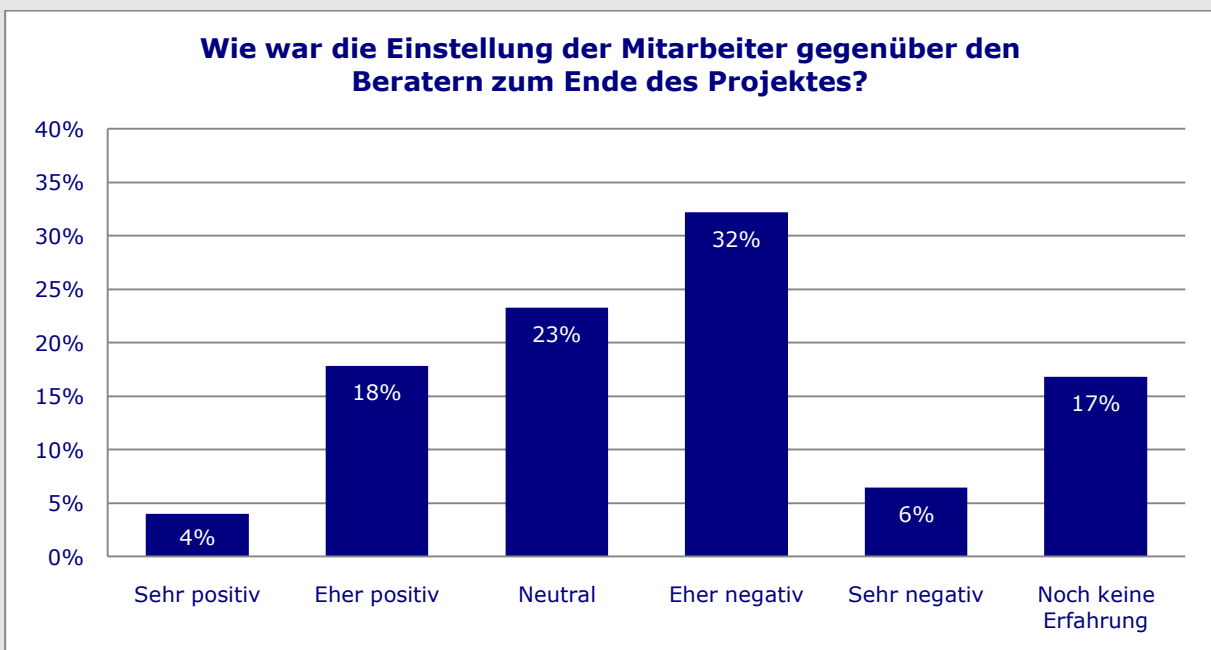


Abbildung 14: Wie war die Einstellung der Mitarbeiter gegenüber den Beratern zum Ende des Projektes?

Die Einstellung der Mitarbeiter gegenüber Beratern hat sich zum Ende eines Projektes häufiger verbessert (46%) als verschlechtert (31%). 23% der Teilnehmer haben ihre zu Beginn des Beratungsprojektes festgelegte Meinung am Ende nicht mehr geändert.

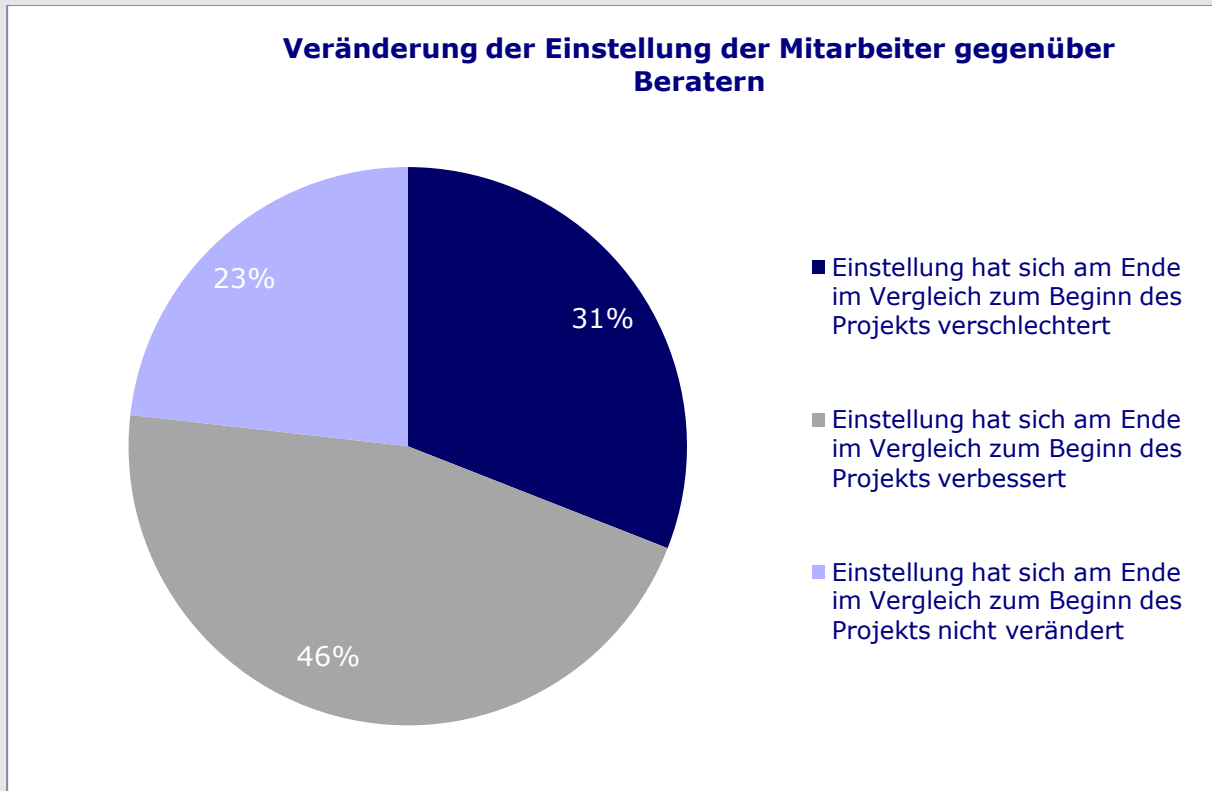


Abbildung 15: Veränderung der Einstellung der Mitarbeiter gegenüber Beratern

Den mit Abstand größten Bedarf an Beratungsleistung sehen die Teilnehmer in der Optimierung von Prozessen und der Organisation (65%). Dahinter folgen die Weiterqualifizierung von Mitarbeitern (44%) und die Implementierung bzw. Verbesserung des Einkaufscontrolling (41%). Das klassische Thema der Beschaffungskostenreduzierung steht mit 40% an vierter Stelle. Ein eher untypischer Bedarf steht mit 36% an fünfter Stelle, die Aufwertung der Einkaufsabteilung. Ein sehr aktuelles Thema, das Implementieren bzw. Verbessern des Risikomanagements folgt mit 35%. Weniger als ein Drittel der Teilnehmer sehen einen Bedarf in der Wertanalyse. Den geringsten Bedarf mit 8% haben die Teilnehmer beim Thema Liquiditätsverbesserung und der Verringerung der Lieferantenzahl (14%). Die Erhöhung der Versorgungssicherheit (22%) liegt auf dem drittletzten Platz der Bedarf der Teilnehmer.

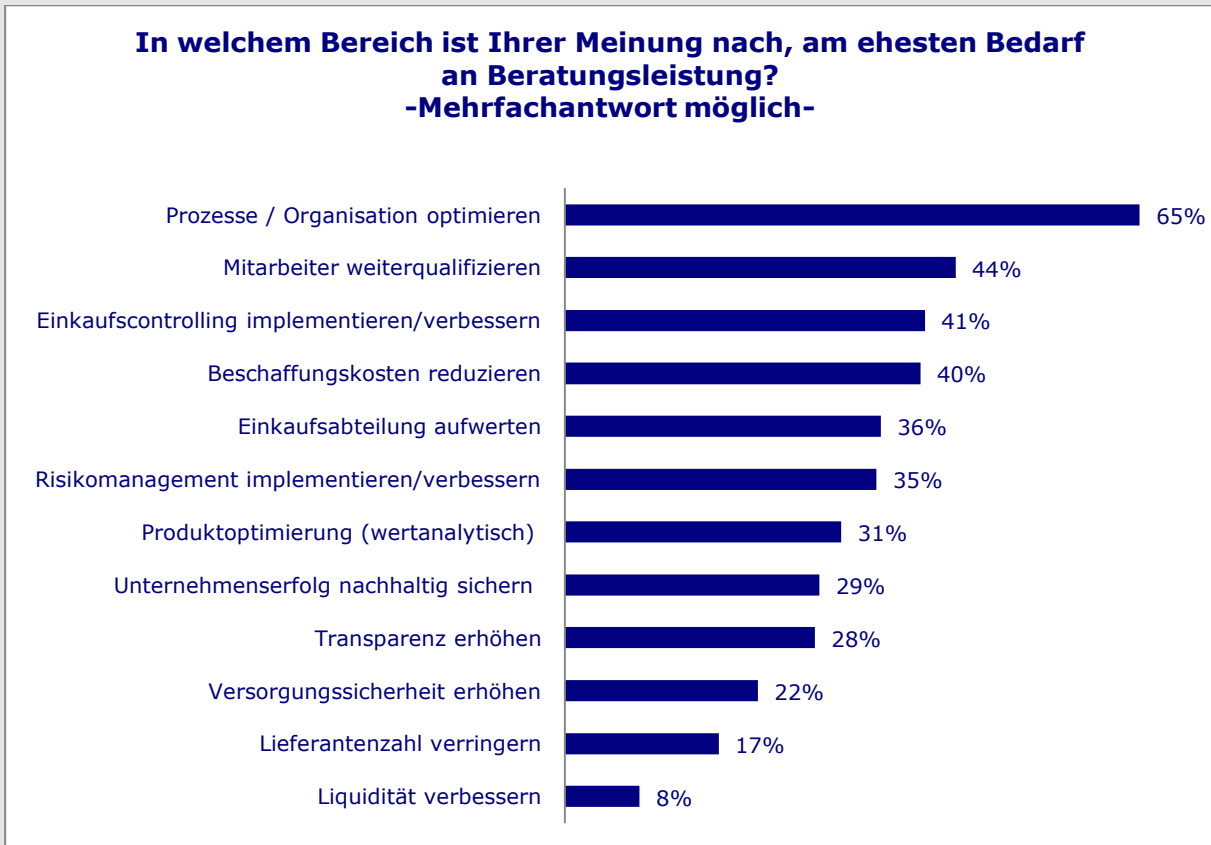


Abbildung 16: In welchem Bereich ist Ihrer Meinung nach, am ehesten Bedarf an Beratungsleistung?

Der Hauptgrund, warum Einkaufsberatungen nicht beauftragt werden, liegt in der Sorge, dass die Kosten die Einsparungen übersteigen (52%). 35% befürchten, dass Berater für Unruhe im Unternehmen sorgen könnten, 23% hingegen sehen erst gar keinen Optimierungsbedarf. Das schlechte Image der Unternehmensberater hält noch 17% der Teilnehmer ab.

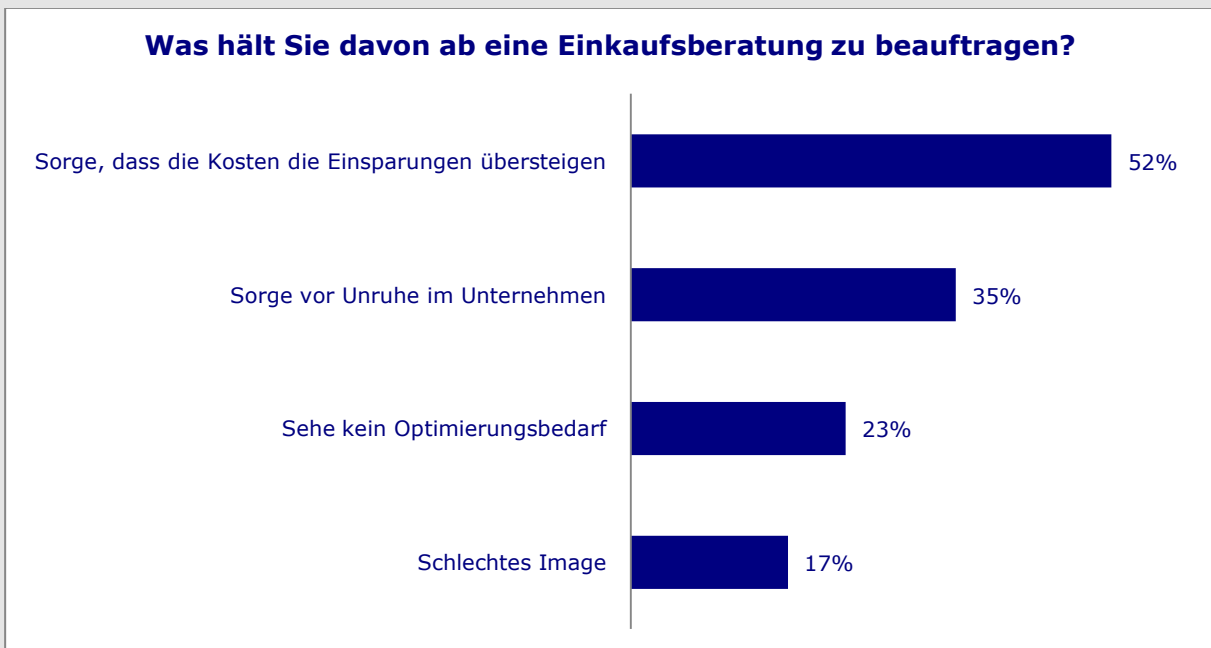


Abbildung 17: Was hält Sie davon ab eine Einkaufsberatung zu beauftragen?

Bei der Vergütung der Einkaufsberatungen existiert ein klar bevorzugtes Honorarmodell - die „teilweise fixe und teilweise erfolgsabhängige Vergütung“. 56% aller Teilnehmer geben dieses Modell als Favorit an. Von Geschäftsführern und Vorständen wird dies von 50% ebenfalls bevorzugt. Die erfolgsabhängige Vergütung (26%) wird der fixen Vergütung (11%) über alle Teilnehmer hinweg priorisiert. Ein interessanter Aspekt ist, dass Geschäftsführer und Vorstände noch eindeutiger variable Vergütungsmodelle (36%) gegenüber fixen Tagessätzen (14%) schätzen.

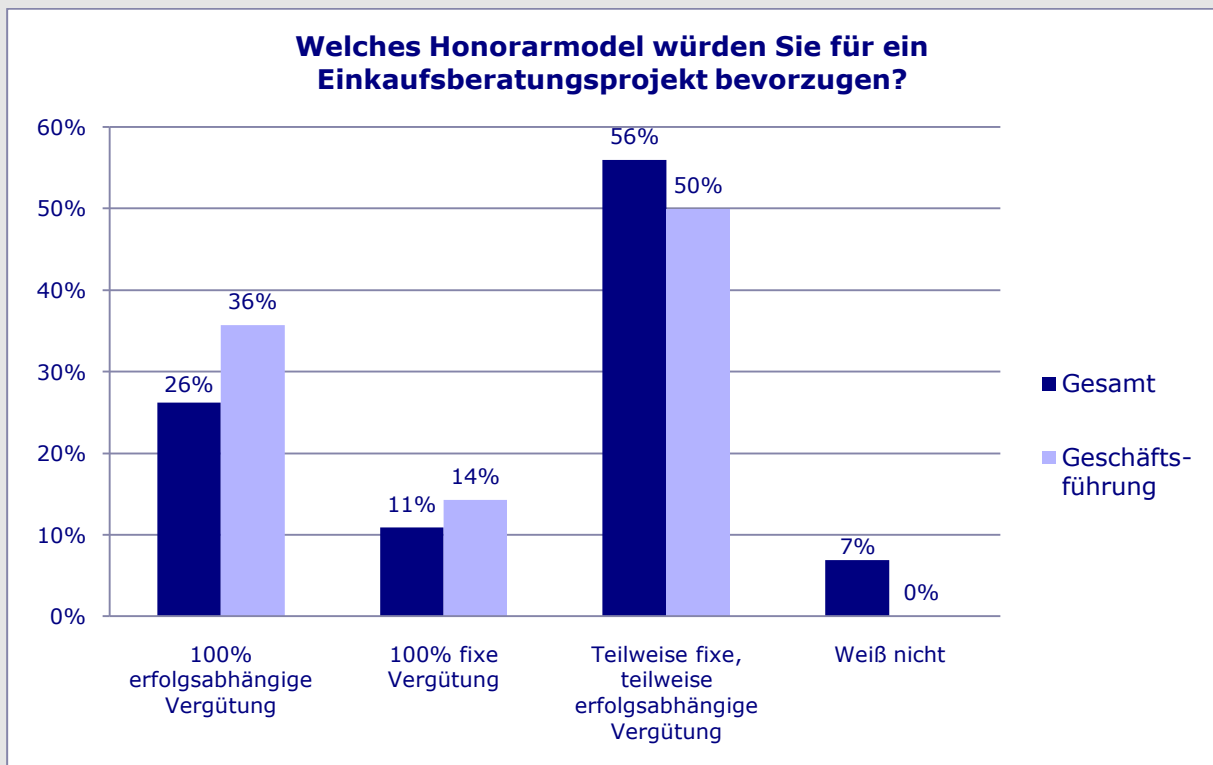


Abbildung 18: Welches Honorarmodell würden Sie für ein Einkaufsberatungsprojekt bevorzugen?

Fazit

Der Bedarf an Einkaufsberatern ist gestiegen

In den letzten 10-15 Jahren ist die Zahl der auf Einkauf spezialisierten Beratungsunternehmen stark gewachsen. Auch in dieser Umfrage mit 202 Teilnehmern wird deutlich, dass der Bedarf an Einkaufsberatern gestiegen ist. So haben drei Viertel der im Einkauf tätigen Personen schon Erfahrungen mit Beratern in Einkaufsprojekten gesammelt.

Immer mehr Unternehmen wollen ihre Kosten reduzieren, ihre Versorgungssicherheit optimieren, mehr Transparenz ihres Einkaufs und den Stellenwert des Einkaufs und die Kommunikation mit anderen Abteilungen im Unternehmen verbessern. Beispielsweise lassen sich in den Unternehmen Kosten um bis zu 10-15 Prozent optimieren. Es kann größeren Unternehmen eine Ersparnis von zweistelligen Millionenbeträgen bringen. Bei Dienstleistern wie Banken und Versicherungen sind sogar schnell bis zu 20 Prozent möglich.

Wie die Mitarbeiter über Einkaufsberater denken

Es wird deutlich, dass gerade Teilnehmer aus den Führungsebenen, i.d.R. also die Personen, die entscheiden, ob Einkaufsspezialisten konsultiert werden, die beste Erfahrung mit Beratern gemacht haben. Die Personen, die in Projekten üblicherweise am intensivsten in Kontakt mit den Beratern kommen; Einkaufsleiter und deren Mitarbeiter; geben ein deutlich negativeres Feedback. Worauf das zurückzuführen ist, geht aus dieser Studie ebenfalls hervor. Bemängelt werden eher soziale als fachliche Aspekte. Die Bedürfnisse der Mitarbeiter werden nicht verstanden und Berater integrieren sich nicht in die Unternehmen lauten die häufigsten Versäumnisse der Consultants.

Ein aus Sicht der Einkaufsberatungen erfreuliches Ergebnis ist, dass sich die Einstellung der Mitarbeiter gegenüber Beratern am Ende eines Projektes im Vergleich zum Beginn eines Auftrags verbessert. Die Studie bestätigt uns dabei in einem unserer zentralen Beratungsgrundsätze:

Beratung auf Augenhöhe - Nur im partnerschaftlichen Austausch mit unseren Auftraggebern erzielen wir gemeinsam schnell messbare Ergebnisse.

„Nur gemeinsam im Team und auf Augenhöhe mit den Mitarbeitern im Unternehmen, werden neue Chancen ersichtlich und lassen sich die Menschen dazu bewegen, neue Wege zu gehen. Dazu mahnt und motiviert uns die Studie“, erklärt Marc Kloepfel, Geschäftsführer von Kloepfel Consulting. „Es ist schon verwunderlich, dass viele Unternehmensberater hier einfach nicht dazu lernen wollen. Die Ergebnisse der Studie sind eindeutig. Und die Erfahrungen vieler Unternehmer und deren Mitarbeiter auch“, resümiert Kloepfel. „Letztlich leidet

unter der mangelnden sozialen Kompetenz der Berater die gesamte Branche“, erläutert Duran Sarikaya, Geschäftsführer von Kloepfel Consulting. „Das schlechte Image vieler Einkaufsberater, aber auch anderer Unternehmensberater, ist zum Teil hausgemacht“, ergänzt Sarikaya.

Viele Einkaufsberater erreichen Ziele nur teilweise bis gar nicht

Sechs Prozent sagen, dass die Ziele der Einkaufsberater übertroffen wurden. 14% geben an, dass die gesteckten Ziele erreicht wurden. „Teilweise erreicht“ sagen noch 38% der Teilnehmer. Ein Viertel gibt an, dass die Berater die vorher bezifferten Ziele nicht erreichen konnten. Die häufigsten Projekterfolge waren eine Erhöhung der Transparenz, die Optimierung der Prozesse und der Organisation sowie eine Reduzierung der Beschaffungskosten. „Das Ergebnis zeigt, wie wichtig es ist, sich bei der Auswahl der Einkaufsberatungen deren Referenzen und Expertise genau anzuschauen. Im Zweifel ruft man einfach mal einen Referenzkunden der Beratung an“, erläutert Kloepfel. „Zudem haben wir ein Erfolgshonorar. Mit uns spart der Kunde bereits im ersten Jahr doppelt so viel wie wir kosten“, so Kloepfel weiter.

Einstellung zur Honorierung von Einkaufsberatern

Als Hauptgrund warum Unternehmen keine Einkaufsberatungen beauftragen, liegt in der Sorge begründet, dass die Kosten die Einsparungen übersteigen könnten. „Hier sehen wir uns in unserem Honorarmodell bestätigt. Wir werden zu 100 Prozent auf Erfolgsbasis honoriert. Sprich der Unternehmer spart mit uns bereits im ersten Jahr doppelt so viel wie wir kosten“, sagt Sarikaya.

Geforderte Kompetenzen

Dennoch werden fachliche Kompetenz, hohe Praxiserfahrung und analytische Fähigkeiten als die wichtigsten Eigenschaften erachtet, die Einkaufsberater auszeichnen sollten. Hier bestätigt die Studie einen wichtigen Beratungsgrundsatz von Kloepfel Consulting:

Kostensenkung aus ganzheitlicher Sicht - Die Kombination aus technischer und kaufmännischer Kompetenz sichert die Produktqualität bei gleichzeitiger Erzielung größtmöglicher Kosteneinsparungen.

„Nur durch interdisziplinäre und laufend geschulte Teams aus Kaufleuten und Experten wie Ingenieuren lassen sich Kosten optimieren, ohne dass beispielsweise die Produktqualität leidet“, erklärt Kloepfel.

Einkaufsberater – Willkommene Helfer oder Unruhestifter?

Die Frage, die wir stellten, ob Einkaufsberater willkommene Helfer oder Unruhestifter sind, lässt sich nach dieser Umfrage nicht eindeutig klären. Es lässt

sich jedoch sagen, dass die Einkaufsberater nicht unbedingt in allen Ebenen eines Unternehmens willkommen sind, dafür gibt es zu viele Vorbehalte zu Beginn eines Projekts, dennoch zeigt sich auch, dass sich die Aussage Einkaufsberater seien Unruhestifter, nicht belegen lässt.

Kurzprofil Kloepfel Consulting

Die Einkaufsberatung *Kloepfel Consulting* wurde Anfang 2007 gegründet. Wir beraten branchenübergreifend Unternehmen aus dem Mittelstand, wie auch öffentliche Institutionen. Laut Wirtschaftswoche zählt *Kloepfel Consulting* heute mit zu den besten Beratern im Mittelstand in der Kategorie Supply Chain Management.

Leistungsangebot

Unser Beratungsfokus ist die deutliche Steigerung der Unternehmensrendite unserer Kunden, indem wir die Beschaffungs- und Produktkosten unserer Kunden senken. Dies gelingt nicht allein aus der kaufmännischen Perspektive heraus. Daher arbeiten auf unseren Beratungsprojekten interdisziplinäre Teams aus Kaufleuten und Ingenieuren. Das wichtigste Alleinstellungsmerkmal von *Kloepfel Consulting* ist die 100%ig erfolgsabhängige Bezahlung. D.h. unser Honorar bemisst sich anteilig an den durch uns realisierten objektiv nachweisbaren Einsparungen bei unseren Kunden. Zudem bieten wir auch Schulungen beispielsweise zum Thema 'Verhandeln' an. Darüber hinaus können Unternehmen mit unserer Software *Cost Control* Produktkosten aufschlüsseln, um z. B. Kostentreiber bereits in der Konstruktionsphase zu identifizieren oder Lieferantenpreise transparent zu machen.

Philosophie

Verstand alleine genügt nicht, um Unternehmen zu beraten. Damit wir unsere Kunden in die Lage versetzen, langfristig aus eigener Kraft erfolgreich zu sein, müssen wir auch Herz zeigen. Denn nur so lassen sich die Menschen für neue Wege begeistern. Mit dieser Sichtweise und unserer Beratungskompetenz konnten wir Dr. h.c. Wolfgang Clement, Bundeswirtschaftsminister a. A., als Vorsitzenden für unseren Beirat gewinnen.

Kurzprofil Renditemotor Einkauf

Anfang 2012 entsteht unter www.renditemotoreinkauf.com eines der größten branchenübergreifenden Einkäuferportale im deutschsprachigen Raum.

Einkäufer und Fachjournalisten als Tester gesucht!

Sie können sich jetzt schon als Tester auf der Startseite des Einkäuferportals registrieren. Sie werden informiert, sobald der Testlauf beginnt. Insgesamt vergeben wir 1.000 kostenlose und unverbindliche Testzugänge für eine Laufzeit von sechs Monaten mit dem kompletten Zugang und Zugriffen auf sämtliche Tools

und Services des Portals. Alle Tester können in einem Fragebogen (Aufwand max. 15 Min) Feedback zur Gestaltung, Inhalten und Nutzen geben. Unter den Testern, die den Fragebogen ausfüllen, verlosen wir jeweils 3 iPods und 5 Amazon-Gutscheine im Wert von 20,00 EUR.

Studienpartner Beschaffung aktuell

Beschaffung aktuell ist das unabhängige Magazin für strategischen Einkauf.

Rund um Einkaufsstrategien und Einkaufspraxis präsentiert *Beschaffung aktuell* das ganze Spektrum des modernen Supply Managements. Ergänzt wird dieses starke Themenpaket mit Informationen aus den Beschaffungsmärkten, von der Antriebstechnik über Dienstleistungseinkauf bis zur Zulieferung.

Beschaffung aktuell steht für Meinungsvielfalt und fundierte Fachinformationen.

Im betriebswirtschaftlichen Kontext berichten Redaktion und externe Fachautoren über Optimierungspotenziale, aktuelle Managementmethoden und zukunftsweisende Trends im Einkauf.

Autor:



Lars Somnitz (Manager)

Nach seinem Betriebswirtschaftsstudium an der Universität zu Köln startete Lars Somnitz seine berufliche Laufbahn bei einer der führenden Einkaufsberatungen im deutschsprachigen Raum. Mehrere Jahre war er im Bereich Beschaffungsoptimierung namhafter Kunden im In- und Ausland tätig.

Lars Somnitz verfügt über industrieübergreifende Erfahrung im Bereich der ganzheitlichen Beschaffungsoptimierung. Bei Kloepfel Consulting verantwortet Lars Somnitz zusätzlich als Studienleiter sämtliche Studien und Umfragen.

Lars Somnitz erreichen Sie unter l.sommnitz@kloepfel-consulting.com

Kloepfel Consulting GmbH

Graf-Adolf-Str. 41
40210 Düsseldorf
Deutschland

Tel.: +49-211-882-594-0