



Je mehr wir uns verbessern, desto mehr setzen wir unsere Zulieferer unter Druck – wir verlagern den Engpass. Somit muss die logische Schlussfolgerung sein, dass auch beim Lieferanten die Wertstromanalyse fortgeführt wird.

### **Wertstromanalyse beim Lieferanten? Auf jeden Fall!**

So qualifizieren wir strategische und operative Einkäufer zu Wertstrommanagern. Anschließend lassen wir sie auf ausgewählte Lieferanten los, um vor Ort im Rahmen eines Produktprozessaudits Wertstromanalysen durchzuführen. Die anfängliche Skepsis bei den Einkäufern ist stets groß: „Wie kommt das beim Lieferanten an?“, „Wird er uns rein lassen?“ und „Ist das nicht viel zu viel Aufwand?“

Nur wenige Zeit später ist die Begeisterung dafür umso größer. Alle Anfragen wurden positiv von den Lieferanten beantwortet, alle Einkäufer durften ihre Wertstromanalysen durchführen, alle Parteien sind gespannt auf die Ergebnisse der Ist-Aufnahmen und stehen in den Startlöchern für anstehende Veränderungen.

Im Schnitt konnten die Einkäufer mit den Lieferanten ein Potenzial von 50% Durchlaufzeitenreduzierung aufzeigen. Beide Parteien haben dabei ihr gegenseitiges Verständnis für Wertschöpfung bzw. Verschwendung geschärft und verbessern zwangsläufig die Kommunikationswege. Nichts verbindet so sehr wie gemeinsame Erfolgserlebnisse.

Aber: Bedeutet eine initiierte Verbesserung des Betriebsergebnisses beim Lieferanten nicht automatisch eine Preissenkung für das einkaufende Unternehmen? Wird dieses den Lieferanten nicht abschrecken?

Die Antwort: Ja und nein. Selbstverständlich möchte der Einkauf in den meisten Fällen den Aufwand der gemeinsamen Analyse durch eine bessere Preisgestaltung belohnt wissen. In erster Linie werden jedoch kürzere Wiederbeschaffungszeiten erreicht und somit Material-verfügbarkeit sichergestellt. Auf dieser Grundlage kann das einkaufende Unternehmen, gepaart mit der innerbetrieblichen Durchlaufzeitenreduzierung, den Deckungsbeitrag gegenüber den eigenen Kunden erhöhen.

Warum sind die Lieferanten außerdem empfänglich für eine solche Zusammenarbeit? Nun, in aller Regel ist das initiierte Unternehmen für die Lieferanten nicht der einzige Kunde. Aber die Optimierungen, die angestoßen werden, kann der mitmachende Lieferant sehr wohl auch auf weitere Unternehmensprozesse und Kunden übertragen und auf diese Weise wertvolle Synergieeffekte erzielen.

Alles in allem stellt das Wertstromdesign in Verbindung mit Engpassmanagement eine pragmatische und höchsteffiziente Methode dar, bei uns genauso wie bei unseren Lieferanten.

Fangen Sie sofort damit an! Denn eines ist sicher:

„Wenn Sie sich nicht verbessern... Ihre Wettbewerber werden es tun.“

Abb 1: Wertstromanalyse beim Lieferanten – Gemeinsam schneller, flexibler und kostengünstiger; Quelle: Durch Denken Vorne Consult

Abb 2: Durchlaufzeiten reduzieren, den Wertschöpfungsanteil erhöhen, Durchsatz generieren, Bestände optimieren; Quelle: Durch Denken Vorne Consult

von Sven Herges, Consult Berater und Trainer für Logistik, Supply Chain & Lean Management bei LCT Herges und Durch Denken Vorne Consult (Kontakt: sven.herges@durchdenkenvorne.de, www.durchdenkenvorne.de).