

News to use



Die richtigen Partner finden Lieferantenauswahl

In den heutigen Produktions- und Logistikstrukturen ist praktisch jedes Unternehmen **Kunde und Lieferant gleichzeitig**. Die Wertschöpfung verteilt sich in einem mehrstufigen Prozess auf eine Reihe von Partnern, die **so effizient wie möglich zusammenarbeiten** müssen. In der Automobilindustrie beispielsweise werden 80 Prozent der Wertschöpfung von Lieferanten erbracht. Deshalb wurden in den vergangenen Jahren große Anstrengungen unternommen, um die Leistungsfähigkeit potenzieller Lieferanten frühzeitig erkennen zu können.

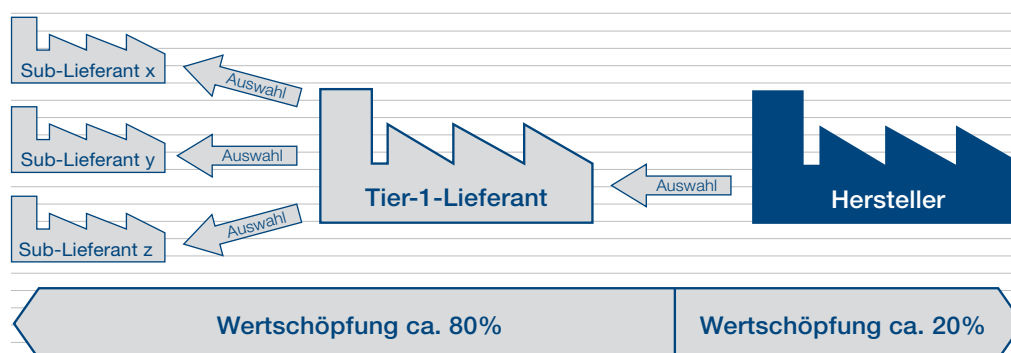
Doch welche Methode ist erfolgsversprechend? Früher war es üblich, zunächst Angebote einzuholen, um dann ein einfaches Auswahlverfahren, ggf. noch mit Vor-Ort-Besichtigung durchzuführen. Dies ist **bei komplexen Produkten zu wenig**, gilt es doch, die Produktions-, Logistik- und teilweise auch Entwicklungskompetenz systematisch zu prüfen. Dabei gilt: **Je früher, desto besser**. Durch rechtzeitige Auswahl und Überprüfung können

Schwierigkeiten und Mehraufwände während des Serienanlaufes vermieden werden. Die ausgewählten Lieferanten werden mit Hilfe von Integrationsprogrammen verstärkt **in den Produktentstehungsprozess eingebunden** und systematisch weiterentwickelt.

Der intensive Wettbewerb zwingt mittlerweile auch **mittelständische Unternehmen** dazu, ein immer größeres Netzwerk an Lieferanten aufzubauen. Das Thema **Lieferantenauswahl** hat für diese Unternehmen häufig **zwei Seiten** - sie müssen **die richtigen Lieferanten** auswählen und selbst Sorge tragen, **als guter Lieferant erkannt und akzeptiert** zu werden. Die hier vorgestellte Methodik erfüllt diese Doppelfunktion. Ein Unternehmen kann in Frage kommende Lieferanten hinsichtlich der **entscheidenden Erfolgskriterien** testen. Gleichzeitig kann es in einer **Selbstbewertung** prüfen, wie attraktiv es selbst als Lieferant ist - und wo **Verbesserungspotenziale** liegen.



Dr. Harald Balzer
Vorstandsvorsitzender
CONCEPT AG



Die Partner prüfen

Lieferantenanalyse und -bewertung

Audits zur Lieferantenbewertung sind nicht neu. Allerdings sind die bisher üblichen Methoden nicht umfassend genug und kommen häufig zu spät – teilweise wird erst nach Beauftragung auditiert. Um einen **umfassenden Eindruck von der Leistungsfähigkeit eines Lieferanten** zu erhalten, ist eine Analyse der Bereiche Entwicklung (falls angefragt), Einkauf, Produktion (Qualität) und Logistik erforderlich. Diese Analyse kann nur durch ein fachübergreifendes Team durchgeführt werden, das mittels einer standardisierten Methodik wirklich **vergleichbare und belastbare Ergebnisse** erarbeitet. Wichtig ist vor allem die **Prozessperspektive** auf die Lieferanten, die weit über die technische Sicht des Einkaufs hinausgeht.

Voraussetzung für die intensive Bewertung vor Ort ist eine **positive Einschätzung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** des Lieferanten und das Vorliegen eines realistischen Angebotes. Die Bewertung selbst erfordert einen gewissen Aufwand, der jedoch unbedingt zu treiben ist, wenn man **negative Folgen für den Serienanlauf** oder gar eine **Verschiebung des Produktionstarts** (SOP: Start of Production) verhindern will.

Die Bewertungsmethodik vermittelt auf Basis eines Kataloges praxiserprobter Fragen sowie Checkli-

sten für die Vor-Ort-Begehung ein **detailliertes Bild des Lieferanten**. Die Ergebnisse werden nach dem Grad der Zielerreichung in den einzelnen Bereichen aufgeschlüsselt, **Stärken und Schwächen** werden deutlich benannt. Auf Basis dieser Ergebnisse lassen sich **Maßnahmen zur Verbesserung** definieren. Arbeitet der Lieferant die Maßnahmen ab, sind die Voraussetzungen der Auftragsvergabe erfüllt. Mehr Sicherheiten kann man kaum bekommen.

Entscheidend für die Aussagekraft der Analyse ist **der richtige Zeitraum**. Wird sie sehr früh durchgeführt, kann nur eine grundsätzliche Bewertung der Leistungsfähigkeit durchgeführt werden. Ein Produktbezug ist erst nach **Ende der Definitionsphase** möglich, wenn die Produkteigenschaften spezifiziert sind und konkrete Angebotsinhalte feststehen. Die Bewertung sollte **vor der Serienentwicklung abgeschlossen** sein, es sei denn, die Serienentwicklung wird gar nicht vergeben.

Die Bewertungsmethodik betrachtet den gesamten Produktentstehungsprozess und identifiziert **Ansatzpunkte für kontinuierliche Verbesserungen**. Damit eignet sie sich zur **Lieferantenauswahl** und zur **Selbstbewertung** gleichermaßen. Motto: Das nächste Audit kann kommen.

Untersuchungsbereiche

Fragen, Ergebnis und Aufwand der Methode



Ansprechpartner:
CONCEPT AG
Ralf Negatsch

Zettachring 6
70567 Stuttgart

Tel.: 0711-13274-0
ralf.negatsch@concept.ag
www.concept.ag

Next News to use:
Ausgabe 26
März 2008
Thema:
Logistik-optimierte Fabrik

Titelfoto:
photocase.com ©derthomasonline.de