



„Unser Einkauf war bis dato operativ, mit VDMG wurde es ein strategisches Feld. Mit bemerkenswerten Ergebnissen.“

Dr. Hanns Menzel

Geschäftsführer bei PAUL WOLFF, VDMG-Kunde seit 2011

„Der Generationswechsel führte zu einer Neubetrachtung des Einkaufs.“

Das mittelständische Unternehmen aus Mönchengladbach nutzte zu Beginn des Jahres 2011 den Generationswechsel an der Firmenspitze für die Neuausrichtung des Einkaufs. War dieser bislang zuerst operativ, wurde der Einkauf als strategisches Feld entdeckt. Geschäftsführer Dr. Hanns Menzel, Ur-Enkel des Firmengründers PAUL WOLFF, nutze dazu das Angebot der VDMG. In einer Pilotphase wurden erste Warengruppen explizit ausgewählt und bearbeitet sowie Transparenz in die bisherigen Prozesse gebracht, Leistungslastenhefte erstellt und die Beschaffungsvoraussetzungen auf Basis der VDMG-Systematik vereinheitlicht.

Wie sind Sie auf die VDMG, gekommen?

Dr. Hanns Menzel: Wir haben die van der Meer Gruppe über eine persönliche Empfehlung kennengelernt. Durch die Entscheidung, den Einkauf strategisch auszurichten, waren wir auf der Suche nach Erfahrungswerten und Expertenwissen. Veränderungen im Einkauf greifen sehr tief in die Unternehmensstruktur ein und beeinflussen die gesamte Wertschöpfungskette. Uns war es sehr wichtig, Erfahrungsberichte in unsere Entscheidung einfließen zu lassen. In ersten Gesprächen ließen wir uns zunächst die Vorgehensweise am Beispiel von Referenzkunden erläutern. Letztendlich haben uns hier die Referenzen, die Konzeption von VDMG und auch das persönliche Auftreten der Mitarbeiter überzeugen können.

Gab es einen Wendepunkt in Ihrem Unternehmen, welcher einen neuen Weg im Einkauf begünstigte?

Es war der Generationenwechsel an der Spitze unseres Unternehmens, wir nutzen die Gelegenheit, die strategische Ausrichtung unseres Unternehmens zu hinterfragen und zu optimieren. So war es auch beim Einkauf, den wir als strategisches Feld entdeckten. Bis zu diesem Zeitpunkt war der Einkauf in erster Linie rein operative Bedarfsdeckung, jedoch kaum strategisch strukturiert. Wir haben schnell bemerkt, dass es schwer werden würde, neben dem Tagesgeschäft die Ressourcen für die Projektarbeit freizumachen. Es war folgerichtig, einen externen Dienstleister mit ins Boot zu nehmen, um unser Vorhaben mit maximaler Effizienz umzusetzen.

Was waren die ersten Schritte?

Wir sind mit Pilotthemen gestartet. Dazu haben wir einige der Warengruppen gewählt, die nicht unser Kerngeschäft berührten,

die so genannten B- & C-Warengruppen, und haben darin zunächst einmal Transparenz geschaffen.

Erfreulich war für uns der Service, dass wir im Einkauf in kürzester Zeit auf optimierte Konditionen zurückgreifen konnten. In unserem Fall waren es die Pilotgruppen Druck, Verbindungselemente und Büromaterial, in denen wir kurzfristig signifikante Verbesserungen erreichen konnten. Im Grunde hat uns die Pilotphase geholfen, Vertrauen in die Arbeit der VDMG zu erhalten und uns darin bestärkt, eine langfristige Partnerschaft einzugehen.

Eine Pilotphase war in diesem Fall sehr wichtig und hilfreich, den Ansatz der VDMG sowie die damit einhergehenden neuen Methoden und Arbeitsweisen kennenzulernen – das reicht von der Strukturierung des Warenkorbs, über Bedarfsanalysen bis hin zur Gesprächsführung mit den Lieferanten.

Den Einkauf neu zu organisieren, setzt sicher einige organisatorische Arbeiten voraus. Welche „Hausaufgaben“ gab es zu erledigen?

Eine nicht zu unterschätzende Herausforderung bestand jeweils darin, Leistungslastenhefte zu erstellen und bestehende Anforderungen schriftlich zu formulieren. Dies geschah in enger Zusammenarbeit und über intensiven Austausch beider Beteiligten. Wir führten die jeweiligen Kompetenzen zusammen. Die Fach- und methodische Kompetenz der VDMG sowie unsere Branchen- und Marktkenntnis. VDMG verfolgte einen pragmatischen Ansatz, der uns kurzfristig mit geringem Aufwand einen neuen Blick auf unseren Einkauf gab.

VDMG steuerte die Verbrauchs- und Ausgabenanalyse

durch das Einlesen, Auswerten und Klassifizieren von Lieferantenrechnungen. Dadurch stand die Basis für ein leistungsfähiges Warengruppenmanagement nach wenigen Wochen. Nachdem sich erste Erfolge abzeichneten, wurde die Zusammenarbeit mit VDMG vertieft und weitere Warengruppen mit größerem Hebelvolumen optimiert. Ein gemeinsamer Fahrplan wurde erstellt und eine Strategie zur Implementierung erarbeitet. Mittlerweile sind wir in unseren absoluten Kernwarengruppen angekommen – das Vorgehen von VDMG und die bis dato erreichten Ergebnisse sprechen auch hier für sich.

Welche Dienstleistungen nutzen Sie?

VDMG unterstützt uns im gesamten Einkaufsprozess. Von der Kreditorentransparenz, über den Aufbau von Warenkörben, der Ausschreibungsdurchführung und Ergebnisanalysen, bis hin zu Entscheidungsvorlagen und dem sich anschließenden Controlling. Wichtig war und ist die konzeptionelle Unterstützung, etwa bei der Warenkorbstrukturierung und der bereits erwähnten

Erstellung eines Lastenheftes. Alle Schritte sind absolut transparent und vorteilhaft zu unseren Gunsten. Uns gefallen die hohe Professionalität beim Einkauf der nicht strategischen



Dr. Hanns Menzel, Geschäftsführer bei PAUL WOLFF, in den Produktionshallen am Standort Mönchengladbach

B-&C-Warengruppen sowie inzwischen auch der maßgebliche Einkauf der strategischen Warengruppen durch die VDMG.

Wie machen sich die VDMG-Leistungen bemerkbar?

Wir konnten optimierte Konditionen bei der Beschaffung erzielen. Und da war die hohe Qualität der Arbeit, die uns davon überzeugte, langfristig zu planen. Übrigens setzt ein angenehmer Nebeneffekt ein. Die Tatsache, den Einkauf viel systematischer und strukturierter anzugehen, führte zu dem Ergebnis, dass wir in bestimmten Warengruppen erhebliche Artikelkonsolidierungen vornehmen konnten. So erreichten wir, dass wir diese bei gleichbleibend hoher Qualität in höheren Stückzahlen bestellen konnten. Durch die Konstruktionsänderungen hat sich der Bedarf bei anderen Bauteilen verändert, so dass sich hier durch Artikelkonsolidierung Einsparungen erzielen ließen. So hat der Einkauf die Konstruktion motiviert, ein etabliertes Verfahren noch einmal zu verbessern.

Für Ihre Mitarbeiter änderten sich doch sicher die vertrauten Muster ihrer täglichen Arbeit. Wie haben die Mitarbeiter reagiert?

Über VDMG entstand zusätzlich ein Wissenstransfer auf unsere Mitarbeiter, die mit Einkauf beschäftigt sind. Unsere Mitarbeiter wurden für einen strategischen Blick auf Einkaufskennzahlen und die Überführung in ein strategisches Warengruppenmanagement sensibilisiert. Der Ausschreibungsprozess wurde optimiert – über die Transparenz, der Ausschreibungsdurchführung bis zur Auswertung durch die VDMG-Systeme. Der Einkauf wurde als ein Element in einem Wertschöpfungsprozess des gesamten Unternehmens erkannt, als ein Posten, welcher in andere Produkte und Prozesse hineinwirkt.

Unser Fazit ist eindeutig positiv, denn wir hätten aus eigener Kraft diese Professionalität im Einkauf nicht in der Kürze der Zeit aufbauen können. Insbesondere bei der Entwicklung des strategischen Einkaufs konnten wir von der Zusammenarbeit mit der VDMG sehr profitieren. Aber uns war grundsätzlich klar, dass wir als Unternehmen Zeit und Engagement bereitstellen müssen, um selbst zum Erfolg beizutragen.

PAUL WOLFF ist ein traditionsreiches Unternehmen, das innovative Akzente setzt. Es bietet Lösungen für Sauberkeit, Ordnung und Sicherheit. Die Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Abfallsammelsysteme, Schutzschränke und Friedhofsysteme zeichnen sich durch beste Qualität und lange Lebensdauer aus. PAUL WOLFF Produkte befinden sich im Freien und halten Witterung und Umwelteinflüssen optimalstand. Gleichzeitig dienen Sie dem Schutz der Umwelt und helfen, Ressourcen zu schonen.

PAUL WOLFF

- Familienunternehmen seit 1955
- Umsatz 2013
ca. 15 Mio.
- Standorte
Stammwerk Mönchengladbach
Zweitniederlassung Ditzingen
- Mitarbeiter
ca. 150
- Geschäftsführer (Vorsitz)
Dr. Hanns Menzel
- Produkte / Dienstleistung
Abfallsammelsysteme,
Schutzschränke und Friedhofsysteme

Projektleitung VDMG

Christian Schmereim
Partner
seit 2008 bei VDMG



Die angewendeten Source-to-Pay-Module



- Strategiefindung
- Lieferantenmanagement
- Vergabeverfahren
- Initiativmanagement



- Stammdaten Artikel/ Dienstleistung
- Rahmenvertrag

Kontaktieren Sie uns.

Matthias Rüter
Partner, Leiter Vertrieb

matthias.rueter@vandermeergruppe.de
Mobil +49 (0)171 55 0 69 60

