

## Einkauf: Wer nicht verhandelt, verschenkt bares Geld

Betriebe nehmen Preiserhöhungen ihrer Lieferanten oft stillschweigend hin – das müssen sie aber gar nicht!

**In den letzten Monaten haben wieder viele Lieferanten ihre Preise erhöht. Die Außendienstler legen mit dem neuen Katalog gleich die neue Preisliste auf den Tisch. Diese Preiserhöhungen muss ein Handwerker nicht einfach so hinnehmen. Er sollte zumindest verhandeln und das Thema Wettbewerb ins Spiel bringen, sagt Einkaufsexperte Reiner Lutz.**

Hand aufs Herz: Wann haben Sie zuletzt mit ihrem Stammlieferanten ernsthaft über dessen Preise gesprochen? Wann haben sie einen Lieferanten sogar ganz gewechselt oder wenigstens nach einer Alternative gesucht, weil er schon zum zweiten Mal innerhalb eines Jahres seine Preise nach oben korrigiert hat? Im Handwerk ist das eher die Ausnahme. Die Betriebe bleiben gerne über Jahre oder Jahrzehnte einem Fabrikat, einem Lieferanten treu. Sie kennen den Außendienstler ihres Produzenten schon so lange, dass sich eine persönliche Beziehung aufgebaut hat.

### Man muss kein Profi im Verhandeln sein

Verhandeln ist ja auch nicht jedermanns Sache. „Man muss darin aber auch kein Profi sein. Wichtig ist, dass man überhaupt verhandelt“, sagt Reiner Lutz. Er war 37 Jahre lang Werkeinkaufsleiter bei der Daimler AG und für die Werke Sindelfingen und Wörth zuständig. Seit Anfang des Jahres ist er selbstständig und gibt sein Wissen im



Reiner Lutz war 37 Jahre lang Werkeinkaufsleiter bei Daimler und hat sich Anfang 2008 als Berater selbstständig gemacht

Netzwerk „Erfahrung Deutschland“ an kleine und mittelständische Unternehmen weiter (siehe unten). Lutz weiß aus seiner Erfahrung mit Handwerksbetrieben, die er selbst für Daimler beauftragt hat, dass sie Preiserhöhungen bei den Materialkosten oft stillschweigend hinnehmen und die höhere Kostenbelastung aber kaum an ihre Auftraggeber weitergeben können. Vor allem dann nicht, wenn ihr Auftraggeber ein (Groß)-Betrieb ist, der bei einer Ausschreibung dem günstigsten Bieter den Zuschlag gibt.

### Den Wettbewerb zwischen Lieferanten und Produzenten nutzen

Auch den Wettbewerb zwischen den Produzenten würden sie zu wenig nutzen. „Familienbetriebe, die ja nur alle paar Wochen oder Monate mit ihren Lieferanten verhandeln müssten, weichen dem Thema gerne komplett aus. Sie hinterfragen auch keine Preiserhöhungen“, weiß der Einkaufsprofi aus Althengstett im Schwarzwald. „Aber selbst wenn es unangenehm ist, man muss verhandeln.“ Viele Branchen hätten schließlich einen Materialeinsatz von 30 oder sogar 50 Prozent. Das Geld gehe meist für nur fünf bis sechs Produktgruppen raus, die aber 70 Prozent des Einkaufs ausmachen. Hier lohne es sich, zu schauen, wann zuletzt verhandelt wurde, wie sich die Preise entwickelt haben und ob es Wettbewerber gibt.

### Normteile nicht vernachlässigen

Nicht außer Acht lassen sollte man aber auch die vermeintlichen „Pfennigartikel“ wie Normteile, die aber in sehr großer Stückzahl gebraucht werden. Ein gutes Argument sei die Umsatzentwicklung: „Wir haben den Umsatz miteinander in den letzten zwei Jahren verdoppelt, aber an den Preisen hat sich das nicht bemerkbar gemacht. Was kannst du mir anbieten?“ Eine andere Möglichkeit sei, dem Lieferanten mit einer Umsatzstaffelung Anreize zu bieten für eine Bonusvereinbarung: „Wenn wir Betrag X umgesetzt haben, dann gibst du mir fünf Prozent.“

### Externe Unterstützung kann man sich auch für eine einmalige Groß-Anschaffung holen

Man kann sich auch externe Unterstützung holen, wenn eine größere Investition ansteht, bei der ein paar Prozent Preisnachlass schon einige Tausend Euro ausmachen. Die Senior-Experten von „Erfahrung Deutschland“ stellen ihr Know-how kostenlos zur Verfügung. Sie werden dann an der Ersparnis beteiligt. Bei einer Maschine, die nach der geschickten Verhandlung nicht mehr eine Million Euro, sondern nur noch 900.000 Euro kostet, teilen sich

Experte und Auftraggeber die gesparten 100.000 Euro. „Weitere Varianten sind möglich, die individuell richtige Vergütungsform muss im persönlichen Gespräch erörtert werden“, sagt der Einkaufs-Profi.

### **Einen "Einkaufs-Leiter" bestimmen**

Lutz ist noch ein weiteres Manko in Handwerksbetrieben aufgefallen: Beim Thema Einkauf mischt jeder mit. Vom Meister, über die Ehefrau im Büro bis hin zum Gesellen – jeder bestellt, was er gerade braucht. Würde man die Beschaffungsaktivitäten bündeln, dann könnte sich einer zum Einkaufs-Experten mit entsprechender Fachkompetenz entwickeln. „Allein hier steckt eine Menge Potenzial.“

*Kirsten Flatt*

## **Senior-Experten: Profi-Einkäufer im Ruhestand helfen**

### **Kostenlos Ihre Einkaufsabteilung optimieren!**

Ein erfahrener Profi-Einkäufer kommt in den Betrieb und optimiert die Einkaufsabteilung: Dieses Angebot macht „Erfahrung Deutschland“ – ein Netzwerk für Fach- und Führungskräfte im Ruhestand. Über 500 erfahrene Beschaffungsexperten des Netzwerkes optimieren die Einkaufsabteilung von interessierten Unternehmen – ohne dass dafür Kosten entstehen. Die Arbeit der Senior-Experten soll sich komplett aus Teilen der realisierten Ersparnis finanzieren. „Bei dem Ziel einer ganzheitlichen Verbesserung der Einkaufsleistung empfiehlt sich weiterhin die Vergütung des Experten auf Tagessatzbasis“, sagt Reiner Lutz, einer der Gründer und Partner von „Erfahrung Deutschland“.

### **500 Experten sind im Netzwerk**

Für diese Aktion hat das Senior-Experten-Netzwerk ein großes Team von Profi-Einkäufern im Ruhestand aufgestellt. Diese verfügten über langjährige Erfahrung im Controlling, der Prozessoptimierung und der Organisationsentwicklung von Beschaffungsabteilungen im In- und Ausland. Reiner Lutz: „Wir decken die Potenziale nicht nur auf, wir setzen sie auch um.“ Und wer einmal einen Einkaufsprofi hautnah bei einer Preisverhandlung oder bei einem Lieferantengespräch erlebt habe, der könne auch für spätere Verhandlungen sehr viel lernen.

Die Aktion von „**Erfahrung Deutschland**“ soll zunächst bis Mitte März 2009 laufen.

Unternehmen können sich unter Tel.: 06205/ 2329690 informieren

**Den Originalbeitrag finden Sie auch online unter:**

<http://www.handwerksblatt.de/Handwerk/Mittelstand/Betrieb/7053.html>