

1. Einleitung

Mit einem Einkauf zu günstigen Preisen wird das Betriebsergebnis direkt positiv beeinflusst. Andererseits ist auf eine den Anforderungen entsprechende Produkt- und Dienstleistungsqualität zu achten.

Die Versorgungssicherheit steht Vordergrund. Aus diesem Gesichtspunkt wurde früher immer mit mehreren Lieferanten verhandelt und jeder Abschluss neu vergeben. Dies ist langwierig und aufwändig. Zudem ist die Kalkulation für Offerten erschwert oder mit Risiken behaftet. Heute geht man vermehrt dazu über, mit wenigen guten Lieferanten (ev. auch nur mit einem) über eine grössere Menge Kontrakte abzuschliessen.

2. Vorgehensprinzip

Die budgetierte Jahresmenge einer Dienstleistung oder eines Produktes verhandeln mit

- 2 guten Lieferanten
- ein dritter Lieferant ist in „Warteposition“. Er darf eine kleine Menge liefern und kommt zum Zuge, wenn einer der Hauslieferanten nicht mehr befriedigt.
- für z.B. ein Jahr verhandeln

Die Lieferanten wissen:

- Diese erhalten Auskunft über die geplanten Mengen
- Diese wissen, dass Sie eine grosse Menge liefern können. Dies muss einen entsprechenden Rabatt zur Folge haben.
- Bei wirklich günstigen Konditionen ist mit Mehrmengen zu rechnen
- Werden soweit informiert, dass sie die Wachstumsstrategie des Kunden kennen und verstehen, dass dieser schneller wachsen wird als seine Konkurrenten.

Der Liefervertrag enthält

- Geplante Mengen
- Fixierte Preise und Rabatte
- Verhalten bei Preisänderungen
- Verhalten bei grösseren Bezugsmengen (zusätzlicher Rabatt)
- Qualitäten, Termine etc.

3. Beurteilung

Vorteile

- Die Lieferanten können kalkulieren und an ihre Limiten gehen.
- Die Lieferanten sind daran interessiert, dass ihr Kunde gute Geschäfte macht.
- Der Kunde kann auf gesicherter Basis offerieren und erhält so die Chance, mehr Aufträge zu gewinnen.
- Zwingt alle Partner, eine auf Innovation, Kooperation und Qualität ausgerichtete Strategie zu verfolgen.

Nachteile

- In Branche vermutlich noch unbekannt. Muss zuerst erklärt werden und die Lieferanten müssen zum Mitmachen überzeugt werden.
- Eine gewisse Bindung ist gegeben. Deshalb muss man die Lieferanten gut kennen und diese auch zur Innovation, Qualität und Dienstleistung anhalten.