

Steckbrief

„Einkaufspotenzialanalyse im Handel“

Bereich

Einkauf

Schlagworte

EPA, Einkaufspotenzialanalyse, Systematisierung des Einkaufs, Einkaufsvorteile, Wettbewerbsvorteile

Studie/ Projekt

Studie

Ausgangssituation/ Projektauftrag/ Zielsetzung

Einkaufsvorteile im Handel zu erzielen, ist eine besondere Herausforderung. Aufgrund der Einzigartigkeit verschiedener Produkte, so bei Markenartikeln oder Handelsmarken, kann das Erzielen von Einkaufsvorteilen eine besondere Herausforderung sein. Im industriellen Bereich unterstützt die Einkaufspotenzialanalyse die Identifikation beachtenswerter Einkaufspotenziale durch die Visualisierung der aktuellen Einkaufssituation. Potenziale, die sich zwischen 10 und 20% bewegen können, sind keine Seltenheit. Derartige Potenziale sind im Handel nicht zu erwarten, aber selbst, wenn die Anwendung der Einkaufspotenzialanalyse geringere Potenziale identifiziert, ist dies ein Gewinn.

Aufgrund der Besonderheiten, die den Einkauf im Handel kennzeichnen, ist eine direkte Übertragung der Einkaufspotenzialanalyse auf den Einkauf des Handels nicht durchführbar. Es sind Anpassungen vorzunehmen.

Ziel der Studie war es, festzustellen, in wieweit die Einkaufssituation im Handel sich in der Einkaufspotenzialanalyse abbilden lässt, ob die Einkaufspotenzialanalyse diesbezüglich anwendbar ist und welche Anpassungen vorzunehmen sind.

Vorgehensweise

- Adaption der Grundgedanken, insbesondere des Bausteinkonzepts auf den Handel,
- Adaption der Leitlinien und Normstrategien,
- Durchführung einer Portfolioanalyse anhand einer definierten Warengruppe,
- Erstellung der Einzelportfolios sowie des Gesamtportfolios,
- Ableitung eines Soll-Einkaufskonzepts auf Basis der definierten Warengruppe sowie
- abschließendes Aufzeigen notwendiger Anpassungen.

Ergebnisse/ Erkenntnisse

Es konnte gezeigt werden, dass die Einkaufspotenzialanalyse durchaus, wenn auch betriebstypspezifisch und/ oder unternehmensstrategiespezifisch adaptiert, im Handel anwendbar ist, wenn auch nicht behaftet mit den Potenzialen, die sich im industriellen Bereich wiederfinden. Die Anwendbarkeit ist unabhängig von der Einkaufsorganisation, d.h. inwieweit ein zentraler, dezentraler oder gemischter Einkauf stattfindet. Die Realisierung zusätzlicher Einkaufspotenziale scheint gegeben zu sein.

Ansprechpartner

Prof. Dr. Stefan Rock

0841 9348 7370

stefan.rock@thi.de