

POS LADENBAU

Magazin für Ladengestaltung, Boden, Wand, Decke, Licht, Displays und Akustik

Ästhetisch & Edel

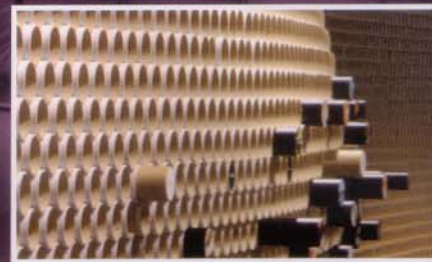
Douglas setzt im Dortmunder Premiumhaus mehr auf Töne wie Schwarz, Weiß und Creme ab Seite 42



Trennwände & Wandsysteme
Spannende Shopgestaltung
Seite 6



Verkaufsmagnet Licht
Spot- und Akzentbeleuchtung
Seite 12



Erfolgreiche Präsentation
Authentische Mitarbeiter
Seite 22

B-59995 Postvertriebsstück Enggelt bezahlt BAUVE Medien KG Kirchdörper Straße 87 D-86825 Bad Wörishofen ISSN 1861 9502 Einzelverkaufspreis € 8,50 4. Jahrgang

Im Einkauf liegt Gewinn

Eine Steigerung des Verkaufsumsatzes ist grundsätzlich wichtig - mit Blick auf den Gewinn ist eine Verringerung der Beschaffungskosten jedoch die bessere Strategie

Von Matthias Grossmann



„Im Einkauf liegt der Gewinn“, lautet eine Feststellung, die zugleich vieles verrät und auch eine einfache Rechnung beinhaltet. Wie wirkt es sich auf den Gewinn eines Unternehmens aus, wenn die Verkäufer den Umsatz um fünf Prozent steigern? Wie sieht das Ergebnis aus, wenn es gelingt, die Einkaufspreise um fünf Prozent zu senken? Ein Vergleich zeigt, dass bei einer Mehrzahl der Unternehmen eine Reduzierung des Einkaufspreises den Gewinn stärker erhöht als eine Ausweitung des Absatzes. Dies ist deshalb so, weil eine Umsatzsteigerung die Kosten erhöht, sodass nur ein Teil davon als Gewinnzuwachs bleibt, während ein günstigerer Einkauf im gesamten Umfang den Gewinn erhöht. Vorausgesetzt natürlich, dass das Qualitätsniveau dasselbe ist und die Kostenreduzierung im Einkauf nicht durch Abstriche bei der Qualität erzielt wird.

Aber nicht in jedem Unternehmen ist der Einkauf gleich bedeutend. Der Einfluss des Einkaufs hängt davon ab, wie hoch der Anteil der Beschaffungskosten ist. In Produktionsbetrieben liegt er bei 50 Prozent. Der

Beschaffungskostenanteil setzt sich aus den Kosten für den Einkauf der benötigten Rohstoffe, Materialien, Halbfertigwaren und Dienstleistungen an den gesamten Kosten zusammen. Ein Beispiel: Machen die Beschaffungskosten 40 oder 50 Prozent aus, müssen diese verstärkter berücksichtigt werden. Und selbst in einem Dienstleistungsbetrieb, in dem der Einkauf vielleicht nur 20 Prozent der Gesamtkosten verursacht, lässt sich Geld einsparen, wodurch Gewinn und Wettbewerbsfähigkeit sich verbessern. Deshalb gilt die genannte Feststellung mehr oder weniger immer: Im Einkauf liegt der Gewinn!

Gut geschult ist wichtig

Andererseits zeigt die Praxis, dass ein Großteil von Unternehmen ihre Verkäufer mehr schult als ihre Einkäufer. Aus Sicht des Einkaufs ist dies ein enormer Nachteil. Denn in den Verhandlungen sitzen sich Verkäufer und Einkäufer gegenüber. Und gerade Einkäufer, die eben nicht entsprechend ausgebildet sind, haben das Nachsehen in diesen Verhandlungen, in denen sehr große

Geldbeträge fließen. Aus diesem Grund ist es besonders wichtig, auch den Einkäufer zu schulen!

Nun, was können Einkäufer von guten Verkäufern lernen? Zuerst einmal die intensive Vorbereitung auf Verhandlungen. Verkäufer bereiten sich erfahrungsgemäß mehr auf die Gespräche vor. Sie formulieren Ziele. Sie prüfen ihr Auftreten sowie ihre mentale Einstellung. Dabei sind das Trainieren der mentalen Fitness, das Üben situationsgerechter Reaktionen, das Verbessern der Überzeugungskraft und das Arbeiten an der eigenen Motivation wichtige Bestandteile, um ein Verkaufsgespräch in die richtige Bahn zu lenken. Verkäufer fragen sich also immer wieder, wie stark sie hinter ihrem Unternehmen und ihren Produkten stehen und wie gut sie dies zum Ausdruck bringen können. All diese mentalen Techniken kommen im Einkauf oft zu kurz. Zudem macht sich im Einkauf auch Frustration breit, weil Erfolge in der Beschaffung weniger beachtet werden als solche im Verkauf. Dies wiederum ist Gift für die Motivation.

