

Das Beste aus der Praxis

Der Turbo-Katalog

Mann+Hummel optimiert die Potenziale im E-Procurement mit einem durchdachten Katalogsystem

Elektronische Kataloge sind aus dem Alltag des Einkaufs nicht mehr wegzudenken. Klassiker der Katalogbestellung sind indirekte Materialien, beispielsweise Büromaterial, Handwerkzeuge oder IT-Produkte. Die Arbeitsentlastung ist immens, und der Einkauf kann sich um seine eigentlichen Arbeiten kümmern, zum Beispiel Ausschreibungen, Preisverhandlungen oder Lieferantenmanagement. Bei der Mann+Hummel Gruppe werden die Potenziale des Katalogmanagements voll genutzt. Iris Wütherich aus dem Konzernkauf der Mann+Hummel GmbH aus Ludwigsburg beschreibt im folgenden wie das gelungen ist.

Mann+Hummel ist Entwicklungspartner und Serienlieferant der internationalen Automobil- und Maschinenbaulndustrie. Zu den Produkten der Unternehmensgruppe gehören unter anderem Luftfiltersysteme, Saugsysteme, Flüssigkeitsfiltersysteme, Innenraumfilter und Zylinderkopfhäuben aus Kunststoff mit hohem Integrationsgrad für die Automobilindustrie sowie Filterelemente für die Wartung und Reparatur von Kraftfahrzeugen. Effiziente und effektive Beschaffungsprozesse sowohl im Produktionsmaterial als auch im Bereich des Nichtproduktionsmaterials sind für einen Automobilzulieferer von grundlegender Bedeutung.

Bereits im Jahr 2004 implementierte Mann+Hummel das eCatalog-System für Nichtproduktionsmaterial. Auf der eCatalog-Plattform sind mehrere Kataloge mit einem je



Die Mitarbeiter bestellen selbstständig die gewünschten Produkte im eCatalog

spezifischen Sortiment hinterlegt, zum Beispiel Büromaterial, Arbeitsschutz, Betriebsausstattung, Laborartikel, DIN- und Normteile. Die Mitarbeiter bestellen selbstständig die gewünschten Produkte im eCatalog. Der Freigabeprozess wird automatisch angestoßen und über ein Workflow-System gesteuert. Das elektronische Bestellsystem ist mit dem Warenwirtschaftssystem gekoppelt, sodass im SAP automatisch eine Bestellung angelegt wird. Diese

Bestellung wird automatisch an den Lieferanten per EDI oder Fax übertragen. Die Kosten und Zeitvorteile liegen klar auf der Hand: Prozesszeit und -kosten pro Beschaffungsvorgang sinken um etwa 50 Prozent. Zur Entwicklung der Potenziale des eCatalogs wurden zwei wesentliche Erfolgsfaktoren angesetzt: Sortimentsabdeckung und Kommunikation:

Durch die Einbeziehung neuer Sortimentsbereiche in den Katalog werden neue Effizienzvorteile gewonnen und das System gewinnt an Attraktivität. High-Runner-C-Artikel (kleiner

schult werden. Darüber hinaus leisten die Mitarbeiter einen wesentlichen Beitrag, notwendige Sortimentsentwicklungen frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren. Der Einsatz von Newsletter sowie eine unternehmensweit gut bekannte Kommunikationsplattform sind zwei Kommunikationsmaßnahmen, die sich bewährt haben. Eine wirkungsvolle Kommunikation steigert das Vertrauen der Mitarbeiter in das System und somit dessen Nutzung.

Im nächsten Schritt gilt es den Beschaffungsprozess bei Nichtproduktionsmaterial auch global effektiv zu gestalten. Mann+Hummel ist an 41 Standorten weltweit aktiv. Hierzu zählen sowohl europäische als auch außereuropäische Standorte. Größte Herausforderungen sind in diesem Rahmen die nötige IT-Infrastruktur der Lieferanten, aber auch die aktive Unterstützung der Mitarbeiter. Mann+Hummel hat im Kata-logeinkauf noch viel vor – und viel zu gewinnen.

Im vergangenen Jahr erwirtschaftete die Unternehmensgruppe einen Rekordumsatz von voraussichtlich über zwei Milliarden Euro. Als Anerkennung für ihr Engagement und ihren Einsatz zahlt Mann+Hummel allen vollzeitbeschäftigten Mitarbeitern mit entsprechender Firmenzugehörigkeit einen einmaligen Sonderbonus von mindestens 700 Euro und maximal 1.500 Euro aus.

Sourcing konkret

In der Serie „Das Beste aus der“

lung sind indirekte Materialien, beispielsweise Büromaterial, Handwerkzeuge oder IT-Produkte. Die Arbeitsentlastung ist immens, und der Einkauf kann sich um seine eigentlichen Arbeiten kümmern, zum Beispiel Ausschreibungen, Preisverhandlungen oder Lieferantenumagement. Bei der Mann+Hummel Gruppe werden die Potenziale des Katalogmanagements voll genutzt. Iris Wütherich aus dem Konzernkauf der Mann+Hummel GmbH aus Ludwigsburg beschreibt im folgenden wie das gelungen ist.

Mann+Hummel ist Entwicklungspartner und Serienlieferant der internationalen Automobil- und Maschinenbauindustrie. Zu den Produkten der Unternehmensgruppe gehören unter anderem Luftfiltersysteme, Saugsysteme, Flüssigkeitsfiltersysteme, Innenraumfilter und Zylinderkopfhauben aus Kunststoff mit hohem Integrationsgrad für die Automobilindustrie sowie Filterelemente für die Wartung und Reparatur von Kraftfahrzeugen. Effiziente und effektive Beschaffungsprozesse sowohl im Produktionsmaterial als auch im Bereich des Nichtproduktionsmaterials sind für einen Automobilzulieferer von grundlegender Bedeutung.

Bereits im Jahr 2004 implementierte Mann+Hummel das eCatalog-System für Nichtproduktionsmaterial. Auf der eCatalog-Plattform sind mehrere Kataloge mit einem je



Die Mitarbeiter bestellen selbstständig die gewünschten Produkte im eCatalog

spezifischen Sortiment hinterlegt, zum Beispiel Büromaterial, Arbeitsschutz, Betriebsausstattung, Laborartikel, DIN- und Normteile. Die Mitarbeiter bestellen selbstständig die gewünschten Produkte im eCatalog. Der Freigabeprozess wird automatisch angestoßen und über ein Workflow-System gesteuert. Das elektronische Bestellsystem ist mit dem Warenwirtschaftssystem gekoppelt, sodass im SAP automatisch eine Bestellung angelegt wird. Diese

Bestellung wird automatisch an den Lieferanten per EDI oder Fax übertragen. Die Kosten- und Zeitvorteile liegen klar auf der Hand: Prozesszeit und -kosten pro Beschaffungsvorgang sinken um etwa 50 Prozent. Zur Entwicklung der Potenziale des eCatalogs wurden zwei wesentliche Erfolgsfaktoren angesetzt: Sortimentsabdeckung und Kommunikation:

Durch die Einbeziehung neuer Sortimentsbereiche in den Katalog werden neue Effizienzvorteile gewonnen und das System gewinnt an Attraktivität. High-Runner-C-Artikel (kleiner Bestellwert, große Bestellhäufigkeit) standen ursprünglich im Fokus. Heute sind alle Produkte für die elektronische Beschaffung interessant, die regelmäßig zu fest vereinbarten Preisen bestellt werden. Dies können ausgewählte Produkte für bestimmte Fachbereiche (zum Beispiel Telefone für die Abteilung Haustechnik/Liegenschaften), standortspezifische Artikel oder Dienstleistungen in den Bereichen Konstruktion, IT oder Übersetzungen sein.

Nicht zu unterschätzen ist die Kommunikation mit den Anwendern. Die Mitarbeiter müssen über die Entwicklungen im Sortiment informiert und im Umgang mit dem Sortiment ge-

g-Sortimentsentwicklungen frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren. Der Einsatz von Newsletter sowie eine unternehmensweit gut bekannte Kommunikationsplattform sind zwei Kommunikationsmaßnahmen, die sich bewährt haben. Eine wirkungsvolle Kommunikation steigert das Vertrauen der Mitarbeiter in das System und somit dessen Nutzung.

Im nächsten Schritt gilt es den Beschaffungsprozess bei Nichtproduktionsmaterial auch global effektiv zu gestalten. Mann+Hummel ist an 41 Standorten weltweit aktiv. Hierzu zählen sowohl europäische als auch außereuropäische Standorte. Größte Herausforderungen sind in diesem Rahmen die nötige IT-Infrastruktur der Lieferanten, aber auch die aktive Unterstützung der Mitarbeiter. Mann+Hummel hat im Katalogeinkauf noch viel vor – und viel zu gewinnen.

Im vergangenen Jahr erwirtschaftete die Unternehmensgruppe einen Rekordumsatz von voraussichtlich über zwei Milliarden Euro. Als Anerkennung für ihr Engagement und ihren Einsatz zahlt Mann+Hummel allen vollzeitbeschäftigten Mitarbeitern mit entsprechender Firmenzugehörigkeit einen einmaligen Sonderbonus von mindestens 700 Euro und maximal 1.500 Euro aus.

Sourcing konkret



In der Serie „Das Beste aus der Praxis“ stellt Prof. Dr. Gerhard Heß, GSO Hochschule Nürnberg, hervorragende Praxisbeispiele aus Abteilungsabteilungen vor, insbesondere aus dem berufsbegleitenden Weiterbildungslehrgang „Beschaffung und Supply Chain Management“ und Masterstudium „Einkauf und Logistik“.

www.beschaffungsstrategie.de

MANN+HUMMEL

Administration

Suche: Erweiterte Suche Hermitische

25-Sätze gefunden: Seite 1 von 1

ART-NR.	Beschreibung	Hersteller	Lieferzeit	Herzge
NO	Normgesch		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
NL	Niederdrucksch		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
LV	Leitblech		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
LT	Leitblech		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
FT	Fließblech		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
HU	ungarnsch		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
HR	hratsch		1,0 79g	<input type="checkbox"/>
GR	Grünblech		1,0 79g	<input type="checkbox"/>

Lieferantenkatalog
 Übersetzungen
 Ausgangssprache Deutsch
 Zielsprache Deutsch

Das Sortiment im eCatalog reicht von Büromaterial über Bücher bis hin zur IT-Ausstattung