

Frau Sarikaya, wie würden Sie die Situation beschreiben, mit der sich der Einkauf aktuell konfrontiert sieht?

Wir erleben seit einiger Zeit eine absolute Ausnahmesituation, die sich nicht nur in der Beschaffung zeigt, sondern durch die gesamte globale Lieferkette zieht. Die Preisanpassungen auf dem Markt haben sich binnen kürzester Zeit bis in den zweistelligen Bereich geschraubt. Angefangen bei Rohstoffen wie Polyethylen, Holz oder Baumwolle, betrifft es neben den weiterverarbeiteten Hilfsprodukten wie Verpackungsmaterial inzwischen sämtliche Warengruppen. In Summe waren die Erzeugerpreise für gewerbliche Produkte im September laut dem Statistischen Bundesamt knapp neun Prozent höher als im Vorjahresmonat; unter Einbeziehung der um über 30 Prozent gestiegenen Energiepreise liegt die Steigerungsrate sogar bei über 14 Prozent.

In unserer Tätigkeit bemerken wir das vor allem bei Verbrauchsmaterial wie Papier, Müllbeuteln und Abfallsäcken aus Polyethylen, aber auch Textilien. Durch pandemiebedingte Produktionsausfälle und Schließungen wichtiger Schifffahrtshäfen gab und gibt es insbesondere in Asien extreme Liefer-schwierigkeiten. Dadurch spüren wir massive Engpässe in der Verfügbarkeit, Liefertermine können nicht eingehalten werden und auch die Transportkosten steigen – und das während gleichzeitig die Nachfrage der Kunden weiterhin steigt.

Welche Lösungsansätze gibt es, beziehungsweise was raten Sie Unternehmen – ob Dienstleister oder Hersteller – vor diesem Hintergrund, wenn es um alternative Beschaffungsmöglichkeiten geht?

Viele Unternehmen setzen in diesen Zeiten auf regionale Beschaffung und versuchen, sich auf diese Weise von ausländischen Zulieferern unabhängiger zu machen und mehr Planungssicherheit zu gewinnen. Die Möglichkeiten sind dabei jedoch eingeschränkt: Abgesehen natürlich von den geografischen Gegebenheiten, die bei der Rohstoffgewinnung eine Rolle spielen, sind zusätzliche Produktionskapazitäten in Deutschland sehr begrenzt und deutlich teurer. Grundsätzlich ist der Ansatz der Deglobalisierung aber gut, um Abhängigkeiten zu

vermeiden. Entscheidend ist allerdings, dabei auf verlässliche Partner und Preissicherheiten zu setzen. Unter Umständen sind höhere Preise auch akzeptierbar, wenn es darum geht, die Warenverfügbarkeit sicherzustellen. Sprich: Es kommt immer auf die Ausgangslage an. Auch kurzfristige Preisanpassungen können aufgrund der aktuellen Situation mitunter berechtigt sein, jedoch sollte man zunächst den Marktpreis des eigenen Warenkorbs auf Artekebene prüfen.

Da wir in der Branche mit stark schwankenden Preisen konfrontiert sind, kann eine für den Lieferanten berechnete Preiserhöhung für mein eigenes Sortiment zu hoch sein, wenn ich schon vor der Anpassung vergleichsweise höhere Preise hatte. Wenn sich beispielsweise mein Einstandspreis für einen Artikel von 5 Euro um zehn Prozent erhöht, ist der neue Preis mit 5,50 Euro schwer vertretbar, wenn der Marktpreis eigentlich nur bei 4,50 Euro liegt. Kurzum: Eine regelmäßige

DER EINKAUF MUSS REAGIEREN

BESCHAFFUNG IN AUFRUHR

Die Märkte werden derzeit von exorbitant hohen Preisanpassungen und Lieferengpässen beherrscht und leiden nach wie vor unter den Konsequenzen der Corona-Krise. Was bedeutet das für die Branche der Gebäudereinigung? Fadime Sarikaya, Gesellschafterin von Sarikohn Beratung & Weiterbildung, bezieht Stellung.



Fadime Sarikaya appelliert an die Unternehmen, rechtzeitig auf die Marktveränderungen zu reagieren.

Sortimentsüberprüfung ist von Vorteil, um sich solche Kenntnisse anzueignen und darauf einzugehen. Auch eine Straffung des Sortiments durch Artikelbündelungen kann sinnvoll sein um Marktwerte zu ermitteln, Preiserhöhungen besser bewerten zu können und sich gegebenenfalls auf weniger Lieferanten zu beschränken.

Welche Rolle spielt denn der Preis am Ende des Tages?

Der Preis im Verhältnis zur Effizienz ist nach wie vor eine der wichtigsten Kennzahlen im Einkauf, denn über die Einsparung beziehungsweise Kostenvermeidung wird die Performance des Einkaufs überhaupt erst messbar. Aber insbesondere in so herausfordernden Zeiten wie diesen sind Verfügbarkeit und Verlässlichkeit ebenso wichtig. Darüber hinaus rückt auch das Thema Nachhaltigkeit mehr und mehr in den Vordergrund, denn: Bei all den Widrigkeiten, denen der Markt momentan ausgesetzt ist, schauen viele Kunden dennoch zunehmend auf die



Bei der Bewertung von Preisanpassungen muss auch die Qualität der Produkte geprüft werden. Bei Abfallsäcken und Müllbeuteln kommt es beispielsweise auf die Stärke, die Grammatur und die Materialzusammensetzung an.

Die all in one Lösung für Ihr digitales Toilettenmanagement



Kunden-Feedback

Ein Gerät, 5 Funktionen

- Feedbackauslösung
- Intervallauslösung
- Personenzahlauslösung
- Gebrechensmeldung
- Materialverbrauchsdocumentation



Wartungs-Modus



Online-Portal

Ihre Toiletten rufen für 1,-- Euro pro Tag selbständig das Servicepersonal (WhatsApp, Telegramm, Mail).

INFOS unter: www.check-me-now.com



Eine Innovation aus dem Hause Greenbird digital solutions



Umweltverträglichkeit eines Produkts sowie auf die unternehmerische Verantwortung des Anbieters, bevor sie nach dem Preis fragen.

Ändert sich vor diesem Hintergrund auch die Erwartungshaltung der Auftraggeber an die Hersteller und Dienstleister – sowohl was das jeweilige Unternehmen an sich betrifft als auch hinsichtlich der Ausführung von Tätigkeiten?

Wie gesagt: Es ist davon auszugehen, dass nachhaltige Konzepte weiter an Bedeutung gewinnen. Die Herausforderung dabei ist, nicht nur auf zertifizierte Produkte und Materialien zu achten, sondern den gesamten Prozess nachhaltig zu gestalten. Es reicht



Es ist davon auszugehen, dass nachhaltige Konzepte weiter an Bedeutung gewinnen. Fadime Sarikaya

beispielsweise nicht aus, von Handtuchpapier aus Frischzellstoff auf Handtuchpapier aus Recyclingmaterial umzustellen und davon auszugehen, dass man allein durch die Verwendung von wiederverwertetem Altpapier einen Beitrag zum Umweltschutz leistet. Bei diesem Beispiel gilt es auch zu bedenken, dass der Verbrauch bei einlagigem Recyclingpapier oftmals höher ist und damit auch die Abfallmenge steigt. Wer hier nicht genau hinschaut und beide Varianten in einem direkten Produktvergleich ins Verhältnis setzt, handelt im Zweifel nicht nur nicht nachhaltig, sondern auch unwirtschaftlich. Das Thema ist also etwas komplexer und muss immer ganzheitlich betrachtet und geprüft werden. Generell sollten Unternehmen in der Lage sein, sowohl auf ökonomischer als auch auf ökologischer und sozialer

Ebene nachweislich nachhaltig zu agieren. Dazu gehört zum Beispiel ein nachhaltiges Umweltkonzept mit Zielen und Strategien zur Umsetzung sowie eine nachhaltige Personalpolitik. Auch soziales Engagement sollte fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie sein.

Einige dieser Anforderungen werden ab dem 1. Januar unter anderem im neuen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz verankert, das ab 2023 für Unternehmen mit 3.000 Beschäftigten gilt, später sogar ab 1.000 Beschäftigten. Das Gesetz regelt die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Sicherung der Menschen- und Umweltrechte.

Welche Handlungsfelder gibt es hier speziell für den Einkauf?

Das kommt auf die Strukturen des Unternehmens an. Bisher war es in Deutschland freiwillig, den unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Einhaltung der Menschenrechte nachzukommen und viele Unternehmen setzen diese Anforderungen auch schon um. Diejenigen, die dahingehend Nachholbedarf haben, können noch bis zum 1. Januar 2023 entsprechende Maßnahmen implementieren. Das Lieferkettengesetz lässt sich zum

Beispiel in die Compliance-Richtlinien des Unternehmens eingliedern. Hierzu können sich unterschiedliche Abteilungen eines Unternehmens gegenseitig unterstützen. Für den Einkauf etwa ist eine Zusammenarbeit mit dem Qualitätsmanagement denkbar. Zunächst sind zur Erfüllung der gesetzlichen Regelungen alle mittelbaren und unmittelbaren Zulieferer der Lieferkette zu ermitteln und zu dokumentieren. Weiterhin müssen Präventionsmaßnahmen geschaffen werden und es bedarf einer regelmäßigen Risikoanalyse. Im Falle eines potenziellen Risikos gilt es dann, Abhilfemaßnahmen einzuleiten und zusätzlich ein Beschwerdemanagement einzurichten. Wichtig für die erfolgreiche Prozessoptimierung ist nicht zuletzt, Zuständigkeiten eindeutig zu klären und strukturiert vorzugehen. Gegebenenfalls unterstützen hier auch

digitale Lösungen und Monitoringsysteme bei der Ermittlung von Risikofaktoren, der Dokumentation oder der Automatisierung von Prozessen.

Mit der Digitalisierung sprechen Sie einen wichtigen Megatrend an. Welche Möglichkeiten eröffnen sich dem modernen Einkauf dadurch?

ERP-Systeme und Onlineshops – egal ob intern oder extern – sind heutzutage unabdingbar. Hinzu kommen nun neue Erweiterungen und integrierte Lösungen, die nicht nur durch die pandemiebedingte Digitalisierungswelle auf dem Markt immer präsenter werden. Es gibt Online-Marktplätze, auf denen ausschließlich nachhaltig zertifizierte Produkte als Reaktion auf die Kundenanforderung Nachhaltigkeit angeboten werden. Start-ups präsentieren digitale Ausschreibungsplattformen, neue Onlineshop-Formate und sogar Chatbots, die mittels künstlicher Intelligenz den besten Preis verhandeln.

In der Beschaffung ist es unheimlich wichtig, rechtzeitig auf Veränderungen zu reagieren – wenn man sie nicht schon vorher prognostizieren konnte. Mobile Computing und eine cloudbasierte Warenwirtschaft beispielsweise ermöglichen in diesem Zusammenhang ein schnelles Reagieren sowie eine einfache, unmittelbare Kommunikation mit den Stakeholdern, da zeit- und ortsunabhängig auf alle Informationen zugegriffen werden kann. Natürlich ist die Digitalisierung zunächst mit einem gewissen Aufwand verbunden. Da sich auf diese Weise aber viele Prozesse vereinfachen oder sogar gänzlich automatisieren lassen, schlägt die Investition in die Digitalisierung letztlich mit starken Einsparpotenzialen zu Buche.

Auf den Punkt gebracht: Einkäuferinnen und Einkäufer müssen sich in diesen herausfordernden Zeiten vor allem flexibel zeigen und trotz der mangelnden Planungssicherheit angemessen auf die Veränderungen reagieren, die den Beschaffungsmarkt derzeit in Aufruhr versetzen. Mit der Unterstützung verlässlicher Partner auf der einen Seite und Offenheit für Alternativen sowie neue Trends auf der anderen Seite kann es dem Einkauf aber gelingen, dem Verkäufermarkt souverän zu begegnen und den neuen Ansprüchen des Marktes und seiner Kunden gerecht zu werden.

Günter Herkommer

gunter.herkommer@holzmann-medien.de