

Case Study

Ulmer Volkshochschule

Dienstleistungen



Einkaufsoptimierung an der Volkshochschule Ulm

Interview mit Dr. Christoph Hantel, Leiter der Volkshochschule Ulm

Was waren die Ziele des Projektes?

Als Volkshochschule Ulm wollen wir sowohl unseren KursteilnehmerInnen als auch unseren festen und freien Mitarbeitern mit unseren Budgets das Beste bieten. Daher lag es für mich nahe, auch einmal den Einkauf von Waren und Dienstleistungen zu durchleuchten. Dabei geht es ausdrücklich nicht um die Honorare unserer erstklassigen KursleiterInnen, sondern um Einkaufs-Themen. Beispielsweise betrachten wir den Einkauf von Unterrichtsmaterialien, Bürobedarfen, Marketing Drucksachen, Reinigungsdiensten, Handwerksdiensten, Strom, Versicherungen und IT. Ich war überrascht, welche Einsparpotenziale in all diesen Bereichen stecken.

Warum haben Sie sich für das Projekt externe Unterstützung ins Haus geholt?

Wir benötigten Manpower und Expertise zur Unterstützung des Projektes. Daher haben wir die Einkaufsberatung Kloepfel Consulting ins Boot geholt. Zum einen nutzt uns deren über zehnjährigen Erfahrung aus rund 1.000 Einkaufsprojekten. Zum anderen ist das Beratungshaus im Mittelstand zuhause und versteht unsere Herausforderungen und Bedürfnisse. Das zeigt sich auch auf der zwischenmenschlichen Ebene. Der Projektleiter Herr von Buch ist inzwischen fest in unser Team integriert. Ein Auswahlkriterium war auch, dass Kloepfel nach Leistung und nicht nach Tagessätzen bezahlt wird.

Wie konnten Sie Ihre Mitarbeiter für das Projekt gewinnen?

So ein Projekt funktioniert nur dann, wenn alle KollegInnen ihre Erfahrungen und ihr Know-how einbringen und an einem Strang ziehen. Daher sprechen wir täglich mit den verschiedenen Fachabteilungen und klären offene Fragen. So können alle die einzelnen Projektschritte nachvollziehen, aber auch mitgestalten.

Unsere wichtigste Botschaft an die KollegInnen und die Lieferanten ist, dass das Motto nicht „Geiz ist geil“ lautet. Vielmehr sollen alle von dem Projekt profitieren, beispielsweise durch eine bessere Produkt- und Servicequalität.



Wie reagieren die Lieferanten auf die Einkaufsoptimierung?

Mit Blick auf die Qualität der zu beschaffenden Produkte und Dienstleistungen ist es uns wichtig, dass nicht einfach die Preise gedrückt werden. Vielmehr führen wir diplomatische Lieferantengespräche, indem wir uns in die Argumente der Lieferanten einfühlen und unsere Position erklären. Zudem macht Herr von Buch die Preisstrukturen der Lieferanten transparent, um deren Preis-Leistungs-Verhältnis neutral mit den marktüblichen Preisen vergleichen zu können.

Viele sind froh darüber, dass wir die Beziehungen zu unseren Lieferanten genauer betrachten und wir uns Zeit für sie nehmen.

Dadurch kommt einiges in Bewegung

Richtig. Beispielsweise kommen Lieferanten proaktiv mit neuen Ideen auf uns zu, wie man etwas besser oder anders machen kann. Aus diesem Grund denken wir auch stärker darüber nach, wie wir die Schnittstellen unserer Mitarbeiter zu den Ideenlieferanten neu angehen.

Wie sichern Sie die Projekterfolge langfristig ab?

Zum einen hilft uns das Learning by Doing, indem die Kollegen Herrn von Buch beispielsweise bei Lieferantengesprächen begleiten. Um die erzielten Ergebnisse aus eigener Kraft abzusichern, braucht es auch entsprechende Kapazitäten. Diese schaffen wir, indem wir die Prozesse des Einkaufs verschlanken und vereinfachen. Das spart Zeit, Stress und Geld. Um es plakativ zu machen: Ähnlich wie bei einer Diät kann man die erzielten Ergebnisse nur langfristig absichern, wenn man sich grundlegend umstellt. Ansonsten kommt es zum berüchtigten Jo-Jo-Effekt. Daher ist es wichtig, unsere Arbeitsabläufe, aber auch die Datengrundlage unseres Einkaufs zu optimieren.

So wird dann beispielsweise transparent, wo wir Waren und Dienstleistungen gebündelt bestellen können, um durch die entsprechenden Volumeneffekte Einsparungen zu erzielen. Bereits nach kurzer Zeit konnten wir so Geld bei der Beschaffung einsparen, auch wenn das Projekt noch zwei bis drei Jahre andauert.

Wie nutzt Ihr Einkauf die Möglichkeiten zur Digitalisierung?

Die Digitalisierung gelingt nur, wenn die Einkaufsdaten entsprechend strukturiert sind. Andernfalls funktionieren die besten digitalen Tools nicht. Indem wir die Daten der Lieferanten – zum Beispiel hinsichtlich Produkten, Ansprechpartnern und Zahlungskonditionen – aufräumen und neu strukturieren, schaffen wir die für die digitale Transformation erforderliche Datenbasis.

Welche Auswirkungen hatte der Lockdown Anfang 2020 auf das Projekt?

Herr von Buch kam im Lockdown Anfang des Jahres zu uns. Das war zwar für uns alle eine sehr belastende Situation, aber er hat diese zwangsläufig ruhigere Zeit gut genutzt, um uns über Videochats und Telefonate besser kennenzulernen. So konnten wir mit ihm die richtigen Projektschritte definieren und umsetzen. Natürlich haben wir zu der Zeit nicht alle ursprünglich geplanten Ziele erreicht. Aber Herr von Buch hat den Rhythmus des Projektes angepasst und so konnten wir während des Lockdowns viele Aufgaben umsetzen.

Kontakt:

Kloepfel Group | Pempelforter Str. 50 | 40211 Düsseldorf

Christopher Willson | Tel: +49-211-875-45-323 | E-Mail: c.willson@kloepfel-group.com