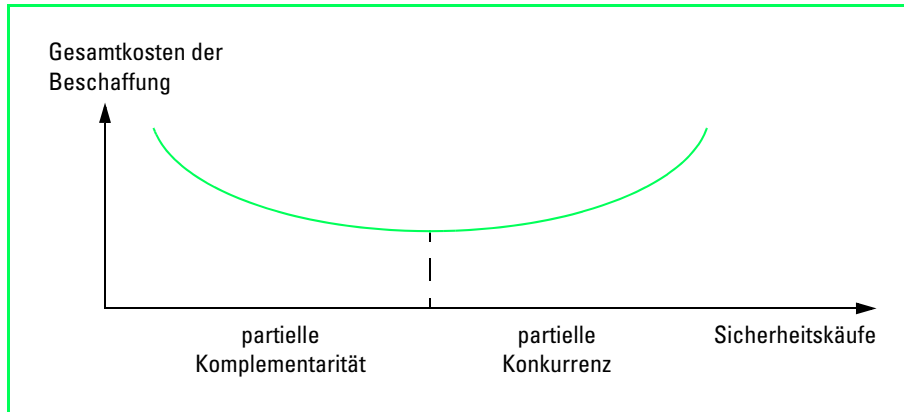


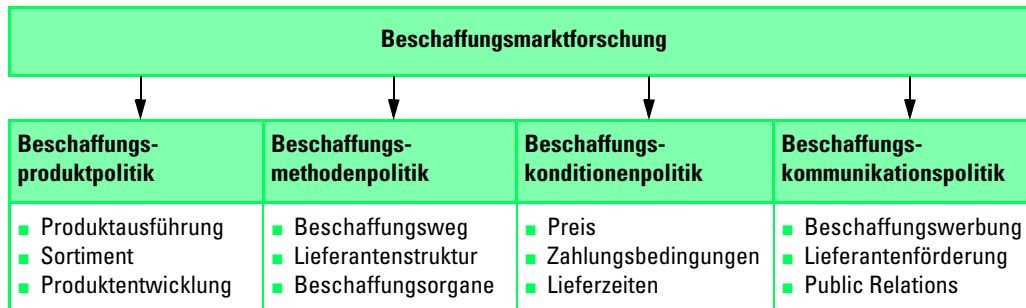
▲ Abb. 72 Problemlösungsprozess der Materialwirtschaft



▲ Abb. 73 Zielbeziehung zwischen Sicherheitsstreben und Kostenminimierung

Entscheidungstatbestände der Materialwirtschaft		
Güterbeschaffung	Güterlagerung	Gütertransport
<p><b>Beschaffungsprogramm</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beschaffungsgüterart</li> <li>■ Beschaffungsqualität</li> <li>■ Bestellmenge</li> <li>■ Bestellzeitpunkt</li> </ul> <p><b>Beschaffungsmarketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beschaffungsmarktforschung</li> <li>■ Beschaffungsproduktpolitik</li> <li>■ Beschaffungsmethodenpolitik</li> <li>■ Beschaffungskonditionenpolitik</li> <li>■ Beschaffungskommunikationspolitik</li> </ul>	<p><b>Lagerausstattung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lagerart</li> <li>■ Lagereinrichtungen</li> <li>■ Lagerkapazität</li> <li>■ Lagerstandort</li> </ul> <p><b>Lagerprogramm</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gelagerte Güterarten</li> <li>■ Lagermengen</li> <li>■ Sicherheitsbestände</li> <li>■ Lagerorte</li> </ul> <p><b>Lagerprozess</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Güterannahme</li> <li>■ Qualitätsprüfung</li> <li>■ Einlagerung</li> <li>■ Auslagerung</li> <li>■ Lagerverwaltung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Transportmittel</li> <li>■ Transportmengen</li> <li>■ Verteilung der Transportmengen</li> <li>■ Transportwege</li> </ul>

▲ Abb. 74 Überblick materialwirtschaftliche Entscheidungstatbestände (nach Küpper 1989, S. 198)



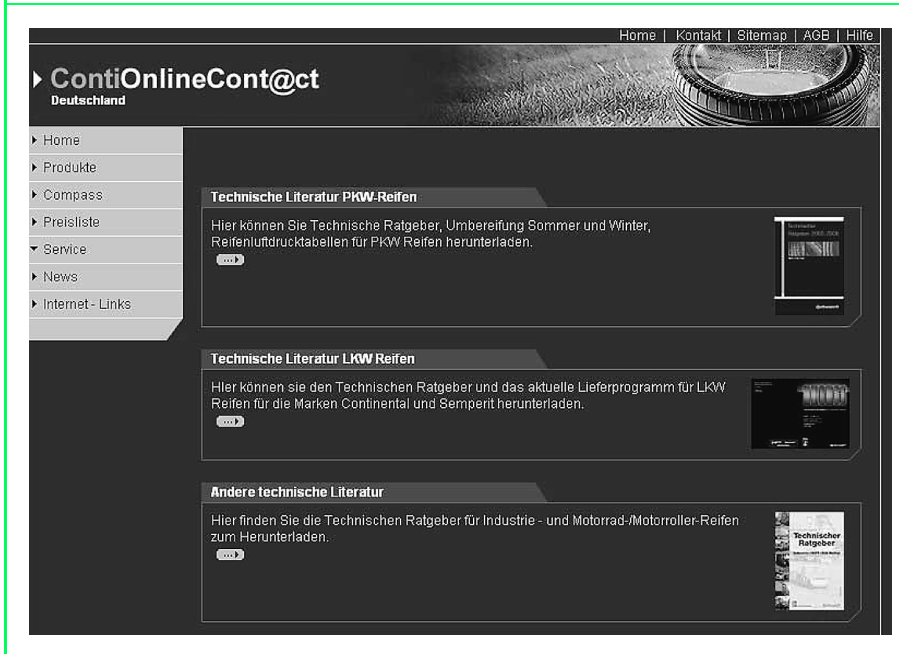
▲ Abb. 75 Überblick über die Instrumente des Beschaffungsmarketings

<b>1. Zuverlässigkeit</b>	in Bezug auf <ul style="list-style-type: none"> <li>■ gleich bleibende Qualität</li> <li>■ fristgerechte Lieferung der Güter (Termintreue)</li> <li>■ Einhaltung der Serviceversprechungen</li> </ul>
<b>2. Fertigungs- möglichkeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Produktionskapazität des Lieferanten</li> <li>■ Qualitätsniveau</li> <li>■ Flexibilität bei Sonderanfertigungen oder schwankenden Bestell- bzw. Beschaffungsmengen</li> </ul>
<b>3. Konditionen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Güterpreis</li> <li>■ Liefer- und Zahlungsbedingungen</li> <li>■ Lieferfristen</li> <li>■ Garantieleistungen</li> </ul>
<b>4. Produkt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Qualität</li> <li>■ Sortiment</li> <li>■ Kundendienst</li> <li>■ Produktentwicklung (Forschung und Entwicklung)</li> </ul>
<b>5. Geographische Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Transportbedingungen</li> <li>■ politische Sicherheit im Beschaffungsland</li> <li>■ Wechselkursstabilität</li> </ul>
<b>6. Allgemeine Situation und Merkmale des Lieferanten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Marktstellung (Marktanteil)</li> <li>■ Belieferung der Konkurrenz</li> <li>■ Zugehörigkeit zu einem Unternehmenszusammenschluss (z.B. Konzern)</li> <li>■ finanzielle Verhältnisse</li> <li>■ Qualität des Managements (insbesondere bezüglich Innovationen)</li> </ul>

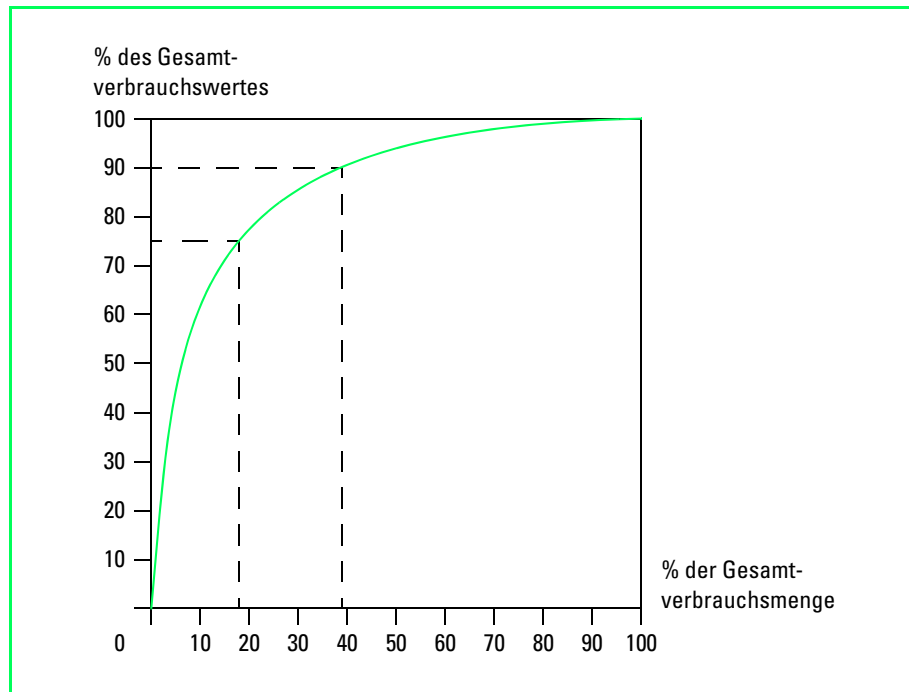
▲ Abb. 76 Lieferantenmerkmale

### Beispiel Continental AG

Die Nutzung des Internets zur inner- und zwischenbetrieblichen Kommunikation und Interaktion führt zu einer Reihe neuer Anwendungen, die bisher nicht realisiert werden konnten. Die Continental AG entwickelte beispielsweise ein Extranet für ihre bestehenden Händler (Reifenhändler oder Autohändler), auf das auch potenzielle neue Verkäufer zugreifen können. Über die Nutzung moderner Technologien wie zum Beispiel Java Applets (siehe unten) wurde eine Portallösung geschaffen, mit der online und realtime Lagerbestände der Continental AG abgerufen werden können, Händler Versand- und Marketingmaterial bestellen können und Warenkorbfunktionalitäten eine einfache Bestellabwicklung ermöglichen. Wesentliche Zielsetzung dieser Extranet-Lösung ist die Erhöhung des Absatzes von Continental-Reifen oder auch die Steigerung der Bekanntheit der Reifenmarke. Visuell sehr ansprechende Oberflächen bieten über emotionale Faktoren gleichzeitig eine Erweiterung und Steigerung der Kundenbindung bzw. -treue.



▲ Abb. 77 Extranet der Continental AG



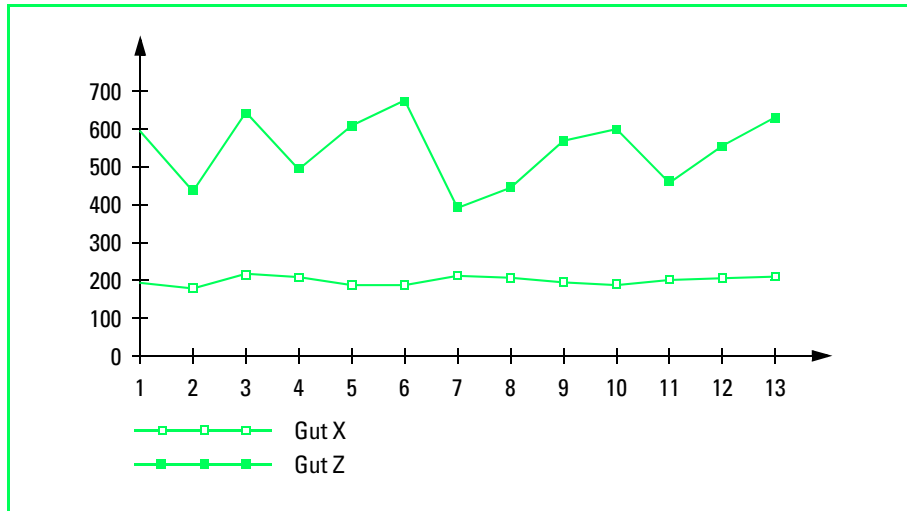
▲ Abb. 78 ABC-Analyse mit Lorenzkurve

Materialart Nr.	Jahresverbrauch		Preis je ME	Wert des Gesamtverbrauchs		Rang
	in ME	in %		in GE	in %	
1	2	3	4	5	6	7
1	1 000	9,2	3,-	3 000,-	6,3	6
2	200	1,8	4,-	800,-	1,7	10
3	2 000	18,3	0,50	1 000,-	2,1	9
4	5 000	45,9	0,30	1 500,-	3,2	8
5	200	1,8	20,-	4 000,-	8,4	4
6	400	3,7	6,-	2 400,-	5,1	7
7	900	8,3	4,-	3 600,-	7,6	5
8	500	4,6	40,-	20 000,-	42,3	1
9	600	5,5	10,-	6 000,-	12,7	2
10	100	0,9	50,-	5 000,-	10,6	3
	10 900	100,0		47 300,-	100,0	

▲ Abb. 79 Rangordnung der Materialarten nach Gesamtverbrauchswert

Rang	Mat.-art Nr.	Mengenverbrauch in %	kumulierter Mengenverbrauch in %	Mengenverbrauch pro Klasse in %	Wertverbrauch in %	kumulierter Wertverbrauch in %	Wertverbrauch pro Klasse in %	Klasse
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	8	4,6	4,6		42,3	42,3		
2	9	5,5	10,1	12,8	12,7	55,0	74,0	A
3	10	0,9	11,0		10,6	65,6		
4	5	1,8	12,8		8,4	74,0		
5	7	8,3	21,1		7,6	81,6		
6	1	9,2	30,3	21,2	6,3	87,9	19,0	B
7	6	3,7	34,0		5,1	93,0		
8	4	45,9	79,9		3,2	96,2		
9	3	18,3	98,2	66,0	2,1	98,3	7,0	C
10	2	1,8	100,0		1,7	100,0		

▲ Abb. 80 ABC-Einteilung der Materialarten nach Mengen- und Wertverbrauch



▲ Abb. 81 Schwankungen des Bedarfs

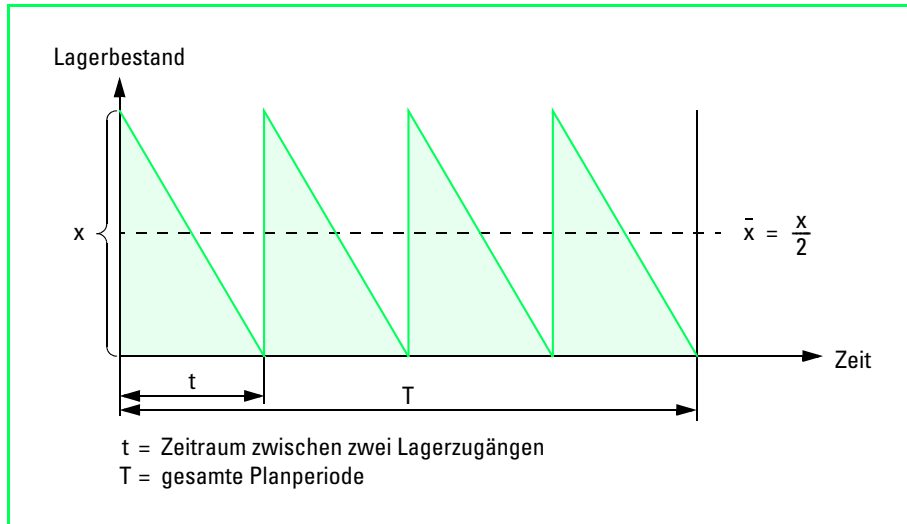
Prognosegenauigkeit \ Verbrauchswert	Verbrauchswert		
	A	B	C
X	hoher Verbrauchswert hoher Vorhersagewert	mittlerer Verbrauchswert hoher Vorhersagewert	tiefer Verbrauchswert hoher Vorhersagewert
Y	hoher Verbrauchswert mittlerer Vorhersagewert	mittlerer Verbrauchswert mittlerer Vorhersagewert	tiefer Verbrauchswert mittlerer Vorhersagewert
Z	hoher Verbrauchswert niedriger Vorhersagewert	mittlerer Verbrauchswert niedriger Vorhersagewert	tiefer Verbrauchswert niedriger Vorhersagewert

▲ Abb. 82 Kombination der ABC-Analyse mit der XYZ-Analyse

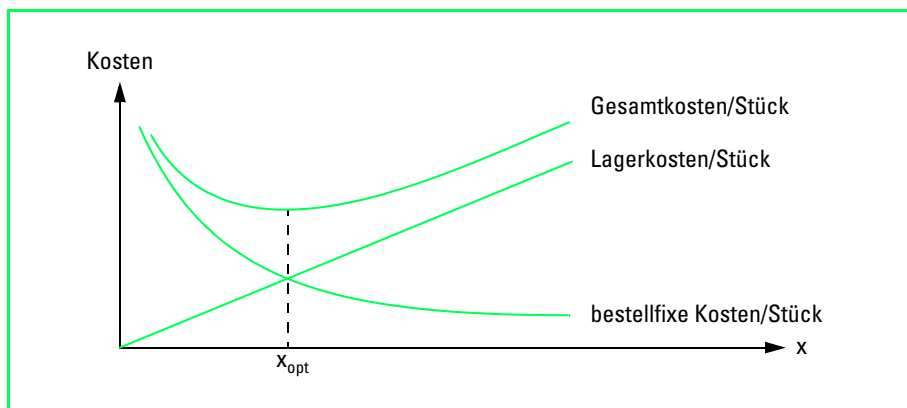
Periode	Ist- bedarfs- wert	Einfacher Mittelwert		Gleitender Mittelwert n = 5	
		Vorhersage	Überdeckung (Unterdeckung)	Vorhersage	Überdeckung (Unterdeckung)
1	2	3	4	5	6
1	315	–	–	–	–
2	325	–	–	–	–
3	318	320,0	2,0	–	–
4	321	319,3	(1,7)	–	–
5	327	319,8	(7,2)	–	–
6	316	321,2	5,2	321,2	5,2
7	318	320,3	2,3	321,4	3,4
8	320	320,0	0	320,0	0
9	301	320,0	19,0	320,4	19,4
10	280	317,9	37,9	316,4	36,4
11	292	314,1	22,1	307,0	15,0
12	296	312,1	16,1	302,2	6,2
13	304	310,8	6,8	297,8	(6,2)
14	321	310,2	(10,8)	294,6	(26,4)
15	338	311,0	(27,0)	298,6	(39,4)
16	331	312,8	(18,2)	310,2	(20,8)
17	354	313,9	(40,1)	318,0	(36,0)
18	367	316,3	(50,7)	329,6	(37,4)
19	367	319,1	(47,9)	342,2	(24,8)
20	380	321,6	(58,4)	351,4	(28,6)

▲ Abb. 83 Beispiel Materialbedarfsprognose aufgrund des Verbrauchs  
(in Anlehnung an Küpper 1993, S. 229)

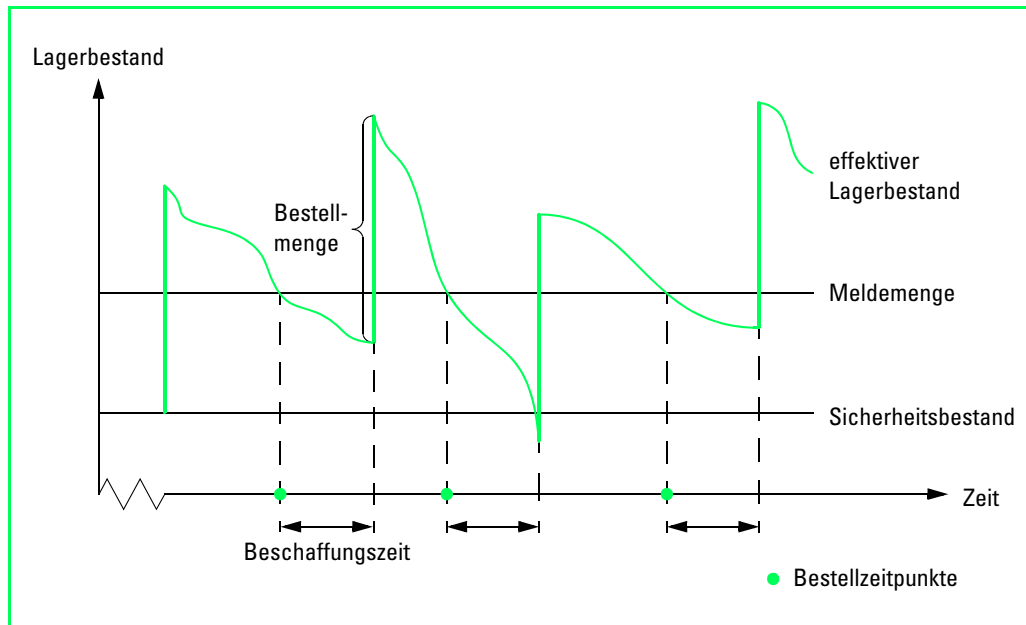




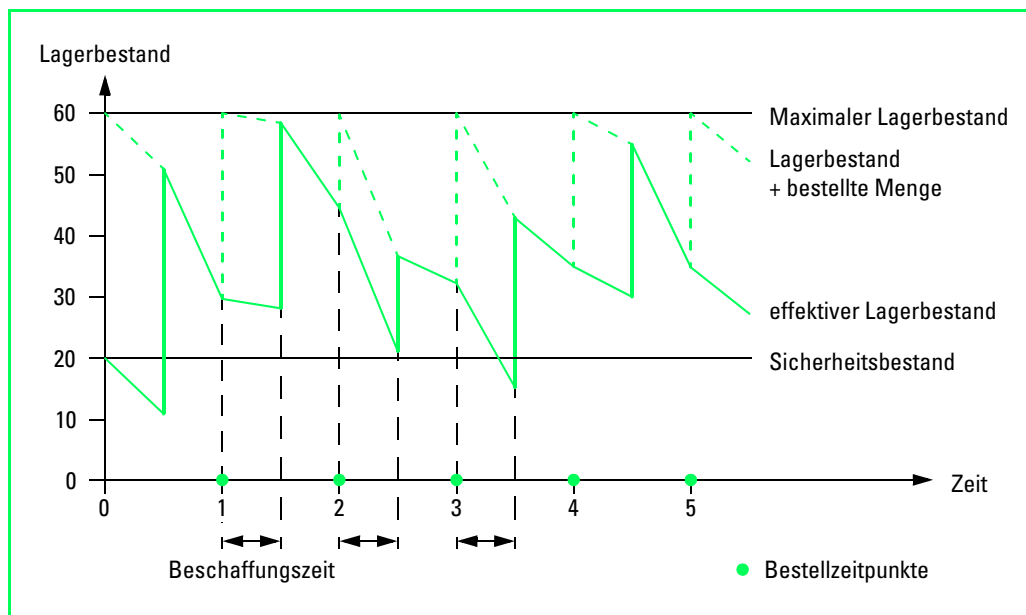
▲ Abb. 84 Lagerbewegungen bei optimaler Bestellmenge



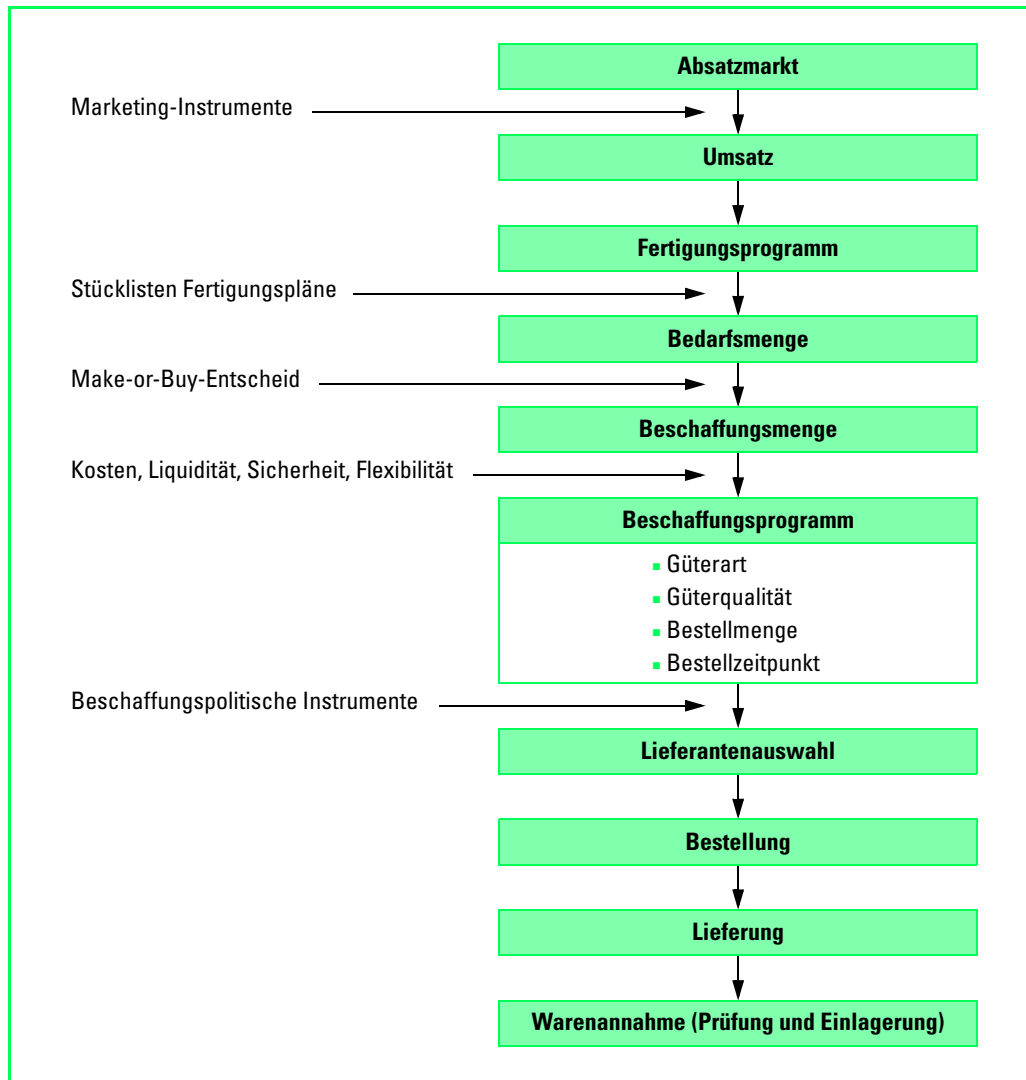
▲ Abb. 85 Optimale Bestellmenge



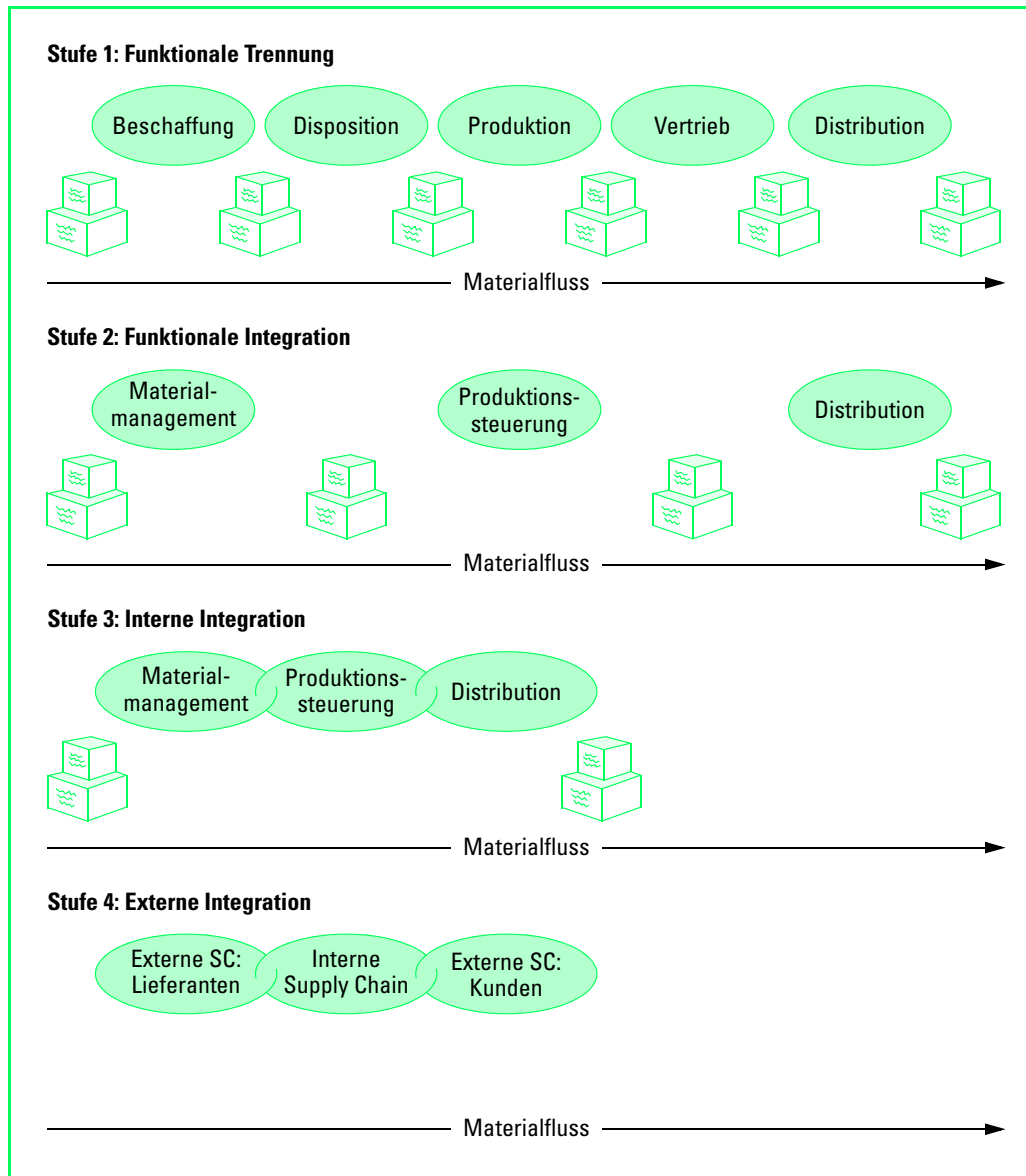
▲ Abb. 86 Lagerbewegungen im Bestellsystem



▲ Abb. 87 Lagerbewegungen im Bestellsystem



▲ Abb. 88 Überblick über den Beschaffungsablauf



▲ Abb. 89 Stufen zur integrierten Supply Chain (Stölzle/Heusler/Karrer 2004, S. 127)