

BME-Whitepaper „Warengruppenmanagement“

Verständnis

Beim Warengruppenmanagement werden alle Artikel des Beschaffungsportfolios eines Unternehmens anhand gemeinsamer Merkmale in Gruppen zusammengefasst. Warengruppen sollen grundsätzlich so gebildet werden, dass eine möglichst große Homogenität herrscht. Das bedeutet, dass alle Artikel innerhalb der Warengruppe gleich behandelbar sein sollen und möglicherweise sogar von einem Lieferanten bedient werden können.

Die Begriffe „Warengruppenmanagement“ und „Materialgruppenmanagement“ werden oft synonym verwendet.

Wer ist zuständig?

Einkaufsleiter | Strategischer Einkäufer | Warengruppenverantwortliche | Category Manager

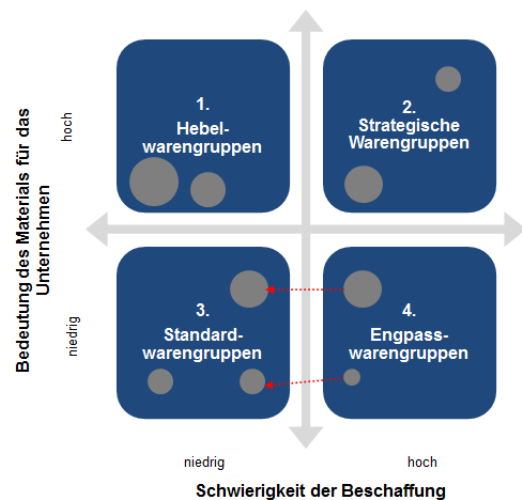
Schlagwörter

Warengruppenstrategie | Warengruppenportfolio | Category Management

Umsetzung in den Unternehmen

Zur Clusterung des Beschaffungsportfolios und zur Bildung von Warengruppen definieren die Unternehmen entweder eigene Warengruppenschlüssel oder greifen auf bereits vorhandene Standards, wie z.B. eCl@ss, zurück. Letzteres hat den Vorteil, dass die Warengruppenzuordnung über verschiedene Unternehmensbereiche (Einkauf, Lager, Produktion), Länder und sogar unternehmensübergreifend einheitlich erfolgen kann.

Um eine geeignete Strategie für die jeweilige Warengruppe ableiten zu können, nutzen viele Unternehmen die sogenannte Portfoliotechnik (siehe Abbildung). Hier werden die Warengruppen anhand zweier Dimensionen eingeordnet, um zu erkennen, um welche Art von Warengruppe es



sich handelt. Das Portfolio unterscheidet Strategische Warengruppen, Standardwarengruppen, Hebelwarengruppen und Engpasswarengruppen und gibt bereits gewisse Normstrategien vor. So sollte z.B. bei Standardwarengruppen eine standardisierte und effiziente Bearbeitung, z.B. in Form von Online-Shops angestrebt werden. Bei Strategischen Warengruppen ist es hingegen wichtig, eine langfristige Partnerschaft mit dem Lieferanten anzustreben.

Abbildung: „Warengruppenportfolio“ in: BME-Leitfaden "Prozesse & Systeme im Einkauf", S. 15 und BME-Leitfaden "Grundlagen des Einkaufs", S. 15.

Ein in der Praxis nur wenig verbreitetes Instrument ist der sogenannte Warengruppensteckbrief. Dieser fasst die wesentlichen Merkmale der Warengruppe (Definition, Umfang, Lieferanten- und Vertragsstruktur) zusammen und soll als Informationsquelle dienen - für den Warengruppenverantwortlichen direkt sowie im Vertretungsfall für andere Mitarbeiter. Außerdem können im Warengruppensteckbrief die Warengruppenstrategie sowie Maßnahmen zur Umsetzung dieser Strategie systematisch festgehalten werden.



Inhalte der Warengruppenstrategie sind z.B.

- Marktstrategie (global/lokal)
- Lieferantenstrategie (single/multiple)
- Direkter Einkauf vs. Provider
- Materialstruktur
- Wichtigkeit des Produktes im Unternehmen
- Interne Kundenanforderungen
- Preisstrategie (Auktionen, Ausschreibungen etc.)
- Risikobetrachtung
- Logistische Fragestellungen
- Marktstruktur (Monopol, Oligopol etc.)

Praxiserfahrungen aus den Fachgruppen

In der Praxis gelingt es nicht immer, Produkte und Dienstleistungen aus dem Beschaffungsportfolio eindeutig einer Warengruppe zuzuordnen. Teilweise sind die eClass-Nummern auch nicht ausreichend und müssen modifiziert werden. Häufig existiert die Warengruppe „Sonstiges“, welche alles umfasst, was nicht klar zugeordnet werden konnte. Aus diesem Grund ist die Bildung der Warengruppen ein zentrales Element im Warengruppenmanagement.

Zur Überprüfung der Strategie finden in Abhängigkeit der Warengruppen regelmäßige Strategiemeetings statt. Daran nimmt neben dem Einkauf auch der Fachbereich teil.

In den Fachgruppen wird die Frage diskutiert, wer für die Ableitung und Umsetzung der Warengruppenstrategie verantwortlich ist. Dies ist teilweise der Warengruppenmanager, teilweise der Lead Buyer. In manchen Unternehmen werden crossfunktionale Teams (teilweise auch Category Board) gebildet und Lead Buyer und Fachbereich arbeiten gemeinsam an der Warengruppenstrategie.

Weitere Informationen

Leitfaden „Grundlagen des Einkaufs“

Leitfaden „Prozesse & Systeme im Einkauf“

BME-Fachgruppe „Prozesse & Systeme im Einkauf“

BME-Fachgruppe „Einkauf in Stadtwerken“

Stand: September 2019

Impressum

Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik e.V. (BME)

Frankfurter Straße 27
D-65760 Eschborn

www.bme.de

Bildnachweis: © leonid/fotolia.com



Ansprechpartner und Kontakt

Judith Richard

Referentin Fachgruppen / Sektion Beschaffungskategorien

☎ +49 (0)6196 / 5828-111

📞 +49 (0)173/575 74 87

✉ judith.richard@bme.de

🌐 www.bme.de/fachgruppen

#BMEFachgruppe|n

#GemeinsamImpulseSetzen

#WirWissenWas