

Dr. Guido Stannek, Geschäftsführer weltweit Einkauf, Beschaffung und Logistik, Rittal

„Eine erfolgreiche Supply Chain braucht Transparenz in Prozessen und Strukturen“

Der Systemanbieter für Gehäuse und Schaltschranktechnik Rittal hat seinen Einkauf erfolgreich internationalisiert. Im Gespräch mit Beschaffung aktuell erklärt Geschäftsführer Dr. Guido Stannek, wie wichtig Prozesstransparenz ist und wie aus einem Einkäufer ein Supply Chain Manager wird.



Beschaffung aktuell: Herr Dr. Stannek, Sie sind seit Anfang 2013 bei Rittal als Geschäftsführer für Einkauf, Beschaffung und Logistik verantwortlich. Sehen Sie sich eher als Logistiker oder als Einkäufer?

Dr. Guido Stannek: Weder noch. Ich sehe mich als Prozessmanager und als Supply Chain Manager, nicht als reinen Einkäufer oder Logistiker. Egal ob ich mich mit logistischen Abläufen oder mit Beschaffungsprozessen auseinandersetze, ich sehe mir immer den gesamten Wertstrom an und versuche, den Prozess insgesamt zu optimieren. Bei den meisten großen Unternehmen, die dem Einkauf im Vorstand das gleiche Gewicht geben, wie wir es getan haben, gibt es einen CPO, der dann in der Regel auch die Logistik mit verantwortet. Diese Quasi-Fokussierung auf den Einkauf wäre für Rittal zu begrenzt, weil bei uns zum Supply Chain Management auch Planung und Disposition sowie der Zoll- und Außenhandel gehören. Wir haben im Serienbereich ein relativ konstantes Geschäft, was uns erlaubt, die Planung der Werke zukünftig flexibler zu gestalten. Wir werden in der Produktionsplanung in der Lage sein, die Losgrößen als auch die Produkte innerhalb von 24 Stunden zu ändern, und zwar nur mit Hilfe des Zusammenspiels von Vertrieb, Auftragsabwicklung, Produktion, Einkauf und Logistik. Das nenne ich ganzheitliches Supply Chain Management.

Beschaffung aktuell: Das heißt, Sie arbeiten mit disziplinübergreifenden Teams – schließt das auch Ihre Lieferanten mit ein?

Stannek: Ja, absolut. Wir beziehen unsere Lieferanten beim Thema Bestandsmanagement mit ein und in zunehmendem Maße auch bei der Produktentwicklung. Unsere strategischen Lieferanten müssen in der Lage sein, auch hier einen Beitrag zu leisten. Und dann sind sie natürlich beim Target Costing involviert. Nur so können wir gemeinsam im globa-

len Wettbewerb gemäß unserem Motto „Schneller, besser, überall“ bestehen und „Best in Class“, im Sinne der Kundenerwartungen gewährleisten. Sowohl im Einkauf als auch in der Logistik sind wir da auf einem sehr guten Weg.



Wir haben eine globale Supply-Chain-Strategie, die ganz bewusst auf lokale Supply Chains heruntergebrochen ist, weil wir unterschiedliche lokale Anforderungen haben.“

Beschaffung aktuell: Will heißen?

Stannek: Unser Ziel ist die Internationalisierung. Wir haben Ende 2011 einen Change-Prozess angestoßen und uns gefragt: Was brauchen wir überhaupt? Als Unternehmen brauchen wir natürlich eine hohe Profitabilität, die uns in die Lage versetzt, Investitionen zu tätigen und Arbeitsplätze zu sichern. Eine hohe Profitabilität wiederum erreichen wir, wenn unsere Kunden zufrieden sind und uns auch als Outstanding-Partner in der Lieferkette wahrnehmen. International gibt es immer Anbieter, die aufgrund ihrer lokalen Flexibilität noch schneller und vielleicht noch stärker in der Lage sind, Produkte den lokalen Marktbedürfnissen anzupassen, weil sie eben auch nur einen sehr kleinen Kundenkreis haben. Wir dagegen haben globale Standardprodukte, die wir ganz gezielt an die lokalen Bedürfnisse unserer Kunden anpassen können.

Beschaffung aktuell: Betrifft die Internationalisierung denn nur den Vertrieb oder auch den Einkauf?

Stannek: Der Vertrieb war schon international, aber im Einkauf und in der Logistik hatten wir lokale Verantwortlichkeiten ohne die nötige