

An
unsere Mitgliedsfirmen
sowie
Seminarverteiler

Köln, 06.02.2014

» Workshop: Controlling – Freund oder Feind der Beschaffung? Von der Saisonplanung zum Beschaffungscontrolling

Sehr geehrte Damen und Herren,

„in unserer Branche kennt das Controlling die Materialverbräuche beim Kopierpapier besser als beim Oberstoff“ – dieser Stoßseufzer eines Insiders zeigt, dass offenbar die klassischen Controlling-Tools im Beschaffungsbereich nur sehr eingeschränkt funktionieren. Und das, obwohl der Anteil der Material- und Anfertigungskosten üblicherweise mehr als 50% der Gesamtkosten im Unternehmen ausmacht.

Im Gegensatz dazu sind die Tools des Rechnungswesens im Gemeinkostenbereich sehr präzise. Klar, dass sich die Controller hier intensiv einbringen. Ging in Ihrem Unternehmen jemals ein einziger Spesenbeleg auf Ihrer Kostenstelle verloren?

Der Beschaffungsbereich wird hingegen meist sehr stiefmütterlich behandelt und kaum mit relevanten Informationen versorgt. Oft sind die Beschaffer und Produktmanager hinsichtlich der Kostentransparenz auf sich selbst gestellt. Ein Budget für das Beschaffungsvolumen? Eine Nachkalkulation der Zutaten? Ein Forecast der Waschkosten? In den meisten Unternehmen: Fehlanzeige!

Zukünftig müssen Produktmanager, Beschaffer und Controller – mit Saisonkalender und Kollektionsrahmenplan ausgestattet – gemeinsam die Beschaffungsbudgets der kommenden Saison festlegen. Relevante Kennzahlen müssen definiert, geplant und überwacht werden.

Dieser Workshop ist Teil unserer betriebswirtschaftlichen/technischen Seminarreihe im Jahr 2014.

Unsere Referenten, **Herr Winfried Eitel** und **Herr Thomas Ballweg**, kennen diese Probleme aus ihrer eigenen langjährigen Erfahrung in der Bekleidungsbranche. In diesem Seminar werden Lösungsansätze vorgestellt, die in einer „konzertierten Aktion“ von Beschaffer und Controller zu einer Besserung in den Unternehmen führen können.

Bitte entnehmen Sie weitere Einzelheiten den anliegenden Unterlagen.

Mit freundlichen Grüßen



GermanFashion
Thomas Rasch

» Themenplan

Controlling – Freund oder Feind der Beschaffung?

1. Grundlegendes Controllingverständnis

- 1.1. Selbstbild des Controllers – Phasenmodell des Controllings – Selbstcontrolling – Die drei Säulen des Controllings

2. Von der Saisonplanung zum Beschaffungscontrolling

- 2.1. Ziele und Zielkonflikte der Beschaffung – Das magische Dreieck in der Beschaffung
- 2.2. Auswahl der optimalen Wertschöpfungskette: PLV – CMT – HW – FOB
- 2.3. Zeitgemäßes Kalkulationsschema für die internationale Beschaffung
- 2.4. Die Systematik der Kollektionsrahmenplanung
- 2.5. Einfluss von Saisonkalender und Kollektionsrahmenplan auf die Beschaffung
- 2.6. Was lässt sich sinnvoll budgetieren? Sinnvolle und notwendige Kommunikation zwischen Produktmanagern, Beschaffern und Controllern
- 2.7. Auswirkungen von Preisänderungen auf die Gewinnschwelle des Unternehmens: Wie sind die tatsächlichen Zusammenhänge zwischen Mengen, Preisen und Deckungsbeiträgen?
- 2.8. Target-Costing oder „Der Endverbraucher bestimmt unsere Kosten“. Wie können Beschaffung und Produktmanagement durch das Erreichen von Zielkosten gemeinsam die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens verbessern?
- 2.9. Ergebnisbeiträge von Beschaffungsstrategie und operativer Steuerung

3. Standardkosten und rollierende Nachkalkulation

- 3.1. Standardkosten, variable Budgets und klare Zuständigkeiten
- 3.2. Mit Standardkosten die Transparenz im Unternehmen erhöhen
- 3.3. Wie kann die Ergebnisverantwortung zwischen Vertrieb und Beschaffung abgegrenzt werden?
- 3.4. Gruppenarbeit zur Erarbeitung von Voraussetzungen und grundlegenden Ansätzen
- 3.5. Mit welchen Kennzahlen behält der Beschaffer das Heft in der Hand?

» Workshop

Controlling – Freund oder Feind der Beschaffung?

Inhalt:	Ausgehend von den Zielen und Zielkonflikten der Beschaffung (das „magische Dreieck“ aus Termin, Qualität und Kosten) und mit einem gemeinsamen Controlling-Verständnis werden die Möglichkeiten des Target-Costings in der internationalen Beschaffung diskutiert. Welchen Einfluss haben Saisonkalender und Kollektionsrahmenplan auf die Zielkosten? Wie kann man durch die Anwendung von Standardkosten die Transparenz bei Kosten und Erlösen verbessern?
Zielgruppe:	Diese Veranstaltung richtet sich an die Entscheider aus Beschaffung und Produktmanagement. Idealerweise kommen sie zusammen mit ihrem Controller oder Geschäftsführer.
Ort und Zeit:	Van der Valk Airporthotel Düsseldorf Am Hülserhof 57, 40472 Düsseldorf Donnerstag, 03. April 2014 10:00 bis 17:00 Uhr
Kosten:	für Mitglieder: jede Person: 215,00 € + 19 % MwSt. für Nichtmitglieder: jede Person: 360,00 € + 19 % MwSt.
Referenten:	Dipl. Betriebswirt Winfried Eitel Herr Thomas Ballweg GermanFashion Modeverband Deutschland e.V., Köln
Workshopleitung:	Herr Thomas Ballweg GermanFashion Modeverband Deutschland e.V., Köln