

11.09.2014 - 17:33 Uhr

Studie der Unternehmensberatung INVERTO in Zusammenarbeit mit der WHU: Qualität, Liefertreue und technologische Kompetenz als Erfolgsfaktoren beim China-Sourcing

Köln (ots) -

China ist und bleibt branchenübergreifend einer der wichtigsten Beschaffungsmärkte für westliche Unternehmen. Dies belegt eine umfassende Studie der Unternehmensberatung INVERTO in Zusammenarbeit mit der WHU Otto Beisheim School of Management. Im Rahmen der Studie wurden 51 Entscheider aus der DACH-Region befragt. "Die Studie belegt, dass die Bedeutung Chinas als Beschaffungsmarkt weiter steigen wird. Gerade bei technologisch komplexen Produkten und im Bereich Qualitätsmanagement hat China vor anderen asiatischen Beschaffungsmärkten einen erheblichen Vorsprung," berichtet Minrui Ji, General Manager bei INVERTO in China.

Betrachtet man die Kostenseite, so ist China längst nicht mehr das günstigste Beschaffungsland. Das Lohnniveau und damit auch die Gesamt-Produktionskosten sind in vielen anderen asiatischen Märkten deutlich niedriger. Trotzdem kann sich China behaupten, denn während andere Länder hinsichtlich Qualität und Fertigungstechnologien noch in den Kinderschuhen stecken sind chinesische Unternehmen oft schon sehr weit entwickelt. China hat das Image der Billigware mit schlechter Qualität und geringer Liefertreue abgestreift und steht heute im Vergleich zu den anderen asiatischen Beschaffungsländern als Qualitätsführer und technologischer Vorreiter dar. "Hinzu kommt, dass die chinesische Infrastruktur im Vergleich zu anderen Märkten gut ausgebaut ist, so dass heutzutage eine höhere Liefertreue und reibungslose Abwicklung garantiert werden kann." ergänzt Minrui Ji.

Unternehmen planen Ausbau des China-Sourcings

Dieser Wandel des chinesischen Beschaffungsmarktes kommt im "Westen" an. So geht der Großteil der befragten Unternehmen davon aus, dass die Bedeutung des China-Sourcings weiter zunehmen wird. 37 Prozent geben an, dass der Anteil des China-Sourcings am gesamten Einkaufsvolumen in Zukunft bei über 30 Prozent liegen wird. Hinzu kommt, dass fast drei Viertel der Unternehmen durch die Beschaffung in China deutliche Einsparungen von mehr als 15 Prozent erzielen.

Auffällig hierbei ist ein Branchenunterschied: Handelsunternehmen, die in der Regel über längere Erfahrung im China-Sourcing verfügen, ziehen sich immer mehr aus dem Beschaffungsland zurück. Die China-Sourcing Aktivitäten verstärken wollen vor allem Unternehmen aus der Industrie, die bisher nicht so stark in China vertreten waren. "Dies bestätigt den Trend, dass der chinesische Markt für technologisch anspruchsvolle Produkte immer interessanter wird. Viele Handelsunternehmen fokussieren stärker den Preis, Technologien spielen eher eine untergeordnete Rolle, und weichen daher auf andere Beschaffungsmärkte aus, die durch geringere Lohnkosten niedrigere Preise bieten," erklärt Minrui Ji diese Entwicklung. "Die Aufgabe für die Zukunft ist es, die China-Sourcing Strategie entsprechend anzupassen. Der Handel muss seine Aktivitäten in China entsprechend differenzierter gestalten und entscheiden, für welche Produkte sich der Einkauf in China lohnt. Alternativ wird es um die Weiterentwicklung anderer asiatischer Länder gehen. In der Industrie geht es eher darum, die China-Sourcing Aktivitäten weiter auszubauen."

Unternehmen, die bisher keine Erfahrung im China-Sourcing haben, nennen am häufigsten Qualitätsrisiken, sowie Logistik- und SCM-Risiken als Gründe gegen die Beschaffung aus China. Umso erstaunlicher ist es, dass im China-Sourcing erfahrene Unternehmen ihren Lieferanten gerade in diesen Bereichen gute Noten ausstellen. So bewertet knapp die Hälfte aller Teilnehmer die chinesischen Lieferanten positiv im Hinblick auf Qualität, rund 55 Prozent sind zudem mit der Liefertreue zufrieden.

Zusammenarbeit mit privatwirtschaftlichen Lieferanten verspricht größten Erfolg

Obwohl staatliche Lieferanten in China dominanter auftreten, zeigt die Studie, dass Lieferanten aus der Privatwirtschaft beliebter sind. 89 Prozent der Befragten gaben an, mit privaten Lieferanten zusammenzuarbeiten, nur 30 Prozent kaufen bei staatlichen Unternehmen ein. "Dieses Ergebnis ist nicht weiter verwunderlich", erklärt Minrui Ji, "privatwirtschaftliche Lieferanten sind in der Regel flexibler, kundenorientierter, können geringere Stückzahlen liefern und treiben Innovationen voran. Private Lieferanten können daher oft die bessere Qualität liefern und arbeiten auch enger mit den Kunden zusammen - eine höhere Kundenzufriedenheit kann dadurch gewährleistet werden."

Erfolgreiches China-Sourcing erfordert langen Atem

Über 50 Prozent der Teilnehmer haben weniger als zehn Jahre Erfahrung im China-Sourcing. Die Studie zeigt aber, dass Unternehmen mit längerer Erfahrung eine bessere Einspar-Performance im China-Sourcing erreichen.

"Beim Einstieg in einen neuen Beschaffungsmarkt müssen sich Unternehmen immer erst auf die Begebenheiten einstellen und die Prozesse mit der Zeit optimieren. Diese Lernkurve und fehlende Erfahrung lässt sich durch die Zusammenarbeit mit erfahrenen Dienstleistern verkürzen." erklärt Minrui Ji.

Lieferantenidentifikation und -evaluation birgt ungenutzte Potenziale

Derzeit arbeiten 49 Prozent der Unternehmen mit externen Dienstleistern zusammen. Die Zusammenarbeit findet zumeist bei Qualitätskontrollen (69 Prozent) sowie Logistik und Transport (69 Prozent) statt. Erhebliches Potenzial gibt es noch bei der Identifikation und Evaluation von Lieferanten. In diesen Bereichen arbeitet derzeit je nur ein knappes Drittel mit einem Dienstleister zusammen, und das obwohl gerade hierbei eine detaillierte Kenntnis des Marktes und Erfahrung mit chinesischen Lieferanten notwendig ist. Denn der dynamische chinesische Beschaffungsmarkt zeichnet sich durch Lieferanten mit höchst unterschiedlichem Niveau an Qualität, Service und Preisen aus - ohne den richtigen Partner ist es schwer, hier den optimalen Weg zu finden und die Potenziale des chinesischen Beschaffungsmarktes voll auszuschöpfen.

Über die INVERTO AG:

Mit dem Ziel, Unternehmen wettbewerbsfähiger zu machen, wurde die INVERTO AG im Juli 2000 gegründet. Als internationale Unternehmensberatung mit 130 Experten an zehn Standorten ist INVERTO der führende Spezialist für strategischen Einkauf und Supply Chain Management in Europa.

Zu den Kunden zählen internationale Konzerne, führende Mittelständler aus Industrie und Handel und die weltweit größten Private Equity Unternehmen. Das Leistungsangebot reicht von der Identifizierung und Bewertung von Potenzialen zur Kostensenkung und Leistungssteigerung über deren Umsetzung vor Ort bis zur Professionalisierung der Gesamtorganisation. Mit unternehmerischem Ansatz sorgt INVERTO für Transparenz, realisierte Verbesserungen und Messbarkeit.

Kontakt:

INVERTO AG
Melanie Burkard-Pispers
Leiterin Marketing & Kommunikation
Lichtstraße 43 i
D-50825 Köln
Telefon +49 221-485 687-141
E-Mail mburkard@INVERTO.com
www.inverto.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051375/100761277> abgerufen werden.