

Einkaufen und Agieren im Verbund hat viele Vorteile

Michael Scherhag

Vor einem Jahr haben wir an dieser Stelle den Einkaufsverbund der Etikettendruckereien SKOOP by EKDD vorgestellt. In SKOOP haben sich inhabergeführte Druckereien für Selbstklebeetiketten zusammengeschlossen, um gemeinsam einzukaufen und Kostenvorteile zu generieren, die sonst nur Konzerne erzielen können. Es liegt nahe, nachzufragen, wie es nach dieser Zeit bei SKOOP aussieht.

Etiketten-Labels sprach dazu mit Delphine A. Soulard, Vorstand EKDD – Einkaufskontor Deutscher Druckereien eG, und Erwin Oscar Mahl, Geschäftsführender Gesellschafter, Schwäbisch-Haller Etiketten Oscar Mahl GmbH & Co KG.

Herr Mahl, Sie gehören zu den Gründungsmitgliedern von SKOOP by EKDD und sind Beiratsmitglied. Wie empfanden Sie das erste Jahr und was hat sich für Sie geändert?

Erwin Oscar Mahl: Das Kernthema und Hauptgrund für die Grün-

dung des Einkaufsverbundes ist aus meiner Sicht voll erfüllt. Denn die Preise, insbesondere bei den Bedruckstoffen, haben sich für alle Mitglieder verbessert. Dies hat zwei Gründe: die Kraft der Gruppe beim gemeinsamen Einkauf und die verbesserten Einkaufsprozessen. Diese Entwicklung haben wir Frau Soulard zu verdanken.

Delphine A. Soulard: Danke für die Blumen – Die Erfolge kommen aus der Transparenz, die EKDD durch Datenanalysen oder neu-

deutsch „BigData“ geschaffen hat. Hier analysieren wir gezielt, unter klar herausgearbeiteten Parametern, die Struktur des einzelnen Mitgliedsunternehmens und zeigen auf, welche Preissenkung jedes Mitglied zusätzlich durch eine Optimierung der internen Organisation erzielen kann.

Damit erreichen wir bei den Mitgliedern eine große Motivation die Prozesse so zu verbessern, dass die Ziele z.B. beim Bestellverhalten, die wir gemeinsam im zyklischen persönlichen Gespräch vereinbaren

und festschreiben, auch tatsächlich erreicht werden.

Frau Soulard, Sie waren viele Jahre in der Automotive-Industrie tätig und haben hier direkt an den Vorstand berichtet. Wie kommen solche Einkaufsstrukturen, mit denen Großunternehmen erfolgreich sind, bei den kleinen und mittelständischen Druckereien an?

Soulard: Sehr gut, denn eine entscheidende Ursache für das Scheitern von Einkaufsgemeinschaften ist das Fehlen klarer Regeln. Daher hat der Vorstand der EKDD schon vor der Gründung von SKOOP immer klar gemacht, dass feste und für alle gleiche, nachvollziehbare Spielregeln zwingend für den Erfolg sind. Die Mitglieder haben das ebenso gesehen und sich unterhalb der Satzung der Genossenschaft Richtlinien und einen Leistungskatalog auferlegt, der zu erfüllen ist.

„EKDD hat von Anfang an konsequent den Austausch der Mitglieder untereinander durch Bereitstellung einer Plattform und gemeinsame Tagungen gefördert.“

– Erwin Oscar Mahl –

Mahl: Die klaren Rahmenbedingungen kommen sehr gut an, weil jeder weiß wo dran er ist. Zudem ist bereits in der kurzen Zeit eine wirklich tolle Gemeinschaft entstanden. Diese Community pflegt einen regen Austausch: zu Materialthemen, zu technischen Fragen und auch zu Know-How-Themen. Auf Vorschlag eines Mitglieds wurde das SKOOP-Wikiforum geschaffen, in dem man alle relevanten Themen einstellen, nachlesen oder diskutieren kann. Diese Community war anfangs so nicht zu erwarten. Umso wertvoller ist sie jetzt neben dem eigentlichen Einkauf.

Soulard: So baut SKOOP eine Datenbank zu Produktion und Markt mit dem speziellen Fach-Wissen vieler auf. Bei SKOOP ist man „gemeinsam statt einsam!“ unterwegs.

„Die klaren Rahmenbedingungen kommen sehr gut an, weil jeder weiß wo dran er ist.“

– Erwin Oscar Mahl, Geschäftsführender Gesellschafter, Schwäbisch-Haller Etiketten Oscar Mahl GmbH & Co KG –



Quelle: EKDD

Doch die digitale Transformation bei EKDD geht weiter. Zurzeit bauen wir ein gemeinsames, standardisiertes Reklamationsystem auf. Dies erleichtert Mitgliedern und Lieferanten die Arbeit, weil alle Facetten einer Reklamation auf immer gleiche Art erfasst und übermittelt werden. Es beschleunigt die Ab-

„Die Community pflegt einen regen Austausch: zu Materialthemen, zu technischen Fragen und auch zu Know-How-Themen.“
– Erwin Oscar Mahl –

wicklung und zusätzlich können diese Daten auch für die Erkennung von Fehlermustern und die Verhandlungen mit Lieferanten genutzt werden.

Kommen wir noch einmal auf die Community zurück, Herr Mahl. Wie darf ich mir das konkret vorstellen?

Mahl: EKDD hat von Anfang an konsequent den Austausch der Mitglieder untereinander durch Bereitstellung einer Plattform und gemeinsame Tagungen gefördert. So ist ein Vertrauen entstanden, dass sonst nie entstanden wäre, da wir ja alle Konkurrenten am Markt sind.

Aber SKOOP schafft hier eine Basis, auf der man Produktionen besucht oder sogar so weit geht, dass man wie ich, mit einem anderen SKOOP-Mitglied gemeinsam Maschinen kauft. Und natürlich ist es auch einfacher, Aufträge – die man nicht selbst fertigen kann – in der Gruppe zu vergeben, so kann jedes Unternehmen ein größeres Portfolio abdecken, denn das Produktionsspektrum der SKOOP-Mitglieder ist schon riesig. Last but not Least bleibt auf dem Weg zudem der Materialeinkauf für die Gemeinschaft erhalten.

Was würden Sie einem Kollegen sagen, warum er auch Mitglied bei SKOOP werden sollte?

Mahl: Es ist kaufmännisch sehr lohnenswert. Nicht nur wegen der Preisvorteile bei den Bedruckstoffen, sondern auch bei anderen Materialbereichen. Zu unserer Überraschung wurden diese stetig ausgebaut. Hinzu kommen auf dem zentralen Online-Marktplatz myEKDD noch hunderttausende weitere Arti-

kel und Services, die bereitstehen und einfach genutzt werden können. Ganz ehrlich, wo kann man vom Putztuch über speziell auf Druckereien abgestimmte Betriebsversicherungen, Bürobedarf, Arbeitsschutz, Betriebsbedarf, Autos oder Services wie die DSGVO-Beratung oder Creditreform-Auskünfte alles an einer Stelle finden und direkt zu günstigen Preisen ordern. Dem Kollegen empfehle ich SKOOP aus zwei entscheidenden Gründen: deutliche Vorteile im gemeinsamen Einkauf und einzigartiger Mitglieder Austausch!

Das Thema Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Ist das auch bei EKDD ein Thema?

Soulard: Auf jeden Fall, unsere Mitglieder wollen einerseits gerne selbst etwas für die Umwelt tun, andererseits fordern dies auch die Kunden. Als Einkaufsverbund sind wir in der Lage die Druckereien mit Informationen zu versorgen, die das einzelne Unternehmen nicht bekommt. Dieser Informationsvorsprung verbessert die Marktposition und gibt jedem einzelnen Betrieb die Chance zur Differenzierung. Zudem entstehen auch gemeinschaftliche Konzepte von Mitgliedsdruckereien, die das einzelne Unternehmen allein nicht umsetzen könnte.

Wir sind noch relativ am Anfang des Jahres 2020. Neben den Themen Umwelt und Nachhaltigkeit werden wir sicher noch mit diversen weiteren Themen, auch der zunehmenden Automatisierung und ra-

„Als Einkaufsverbund sind wir in der Lage die Druckereien mit Informationen zu versorgen, die das einzelne Unternehmen nicht bekommt.“
– Delphine A. Soulard –

santen technischen Entwicklung konfrontiert. Welche Ziele hat sich SKOOP für dieses Jahr gesetzt und werden Sie sich auch auf der drupa präsentieren?

Soulard: SKOOP wird in diesem Jahr weiter an der Ausweitung des Einkaufs-Portfolios arbeiten. Die Mitglieder haben auf den Tagungen im Jahr 2019 bereits beschlossen, in



Quelle: EKDD

welche Richtungen dies geht. Die ersten Verträge des Jahres stehen kurz vor dem Abschluss und die Mitglieder bekommen wieder deutliche Kostenvorteile. Dabei spielt das Thema Schulung und Fortbildung eine wichtige Rolle, damit die Mittelständler auf dem aktuellen Stand und attraktive Partner bleiben: Einerseits für Kunden, andererseits ist Employer Branding durch die Themen Personalmotivation und Personalmangel auf dem Arbeitsmarkt bedeutend geworden.

Da SKOOP weiter wachsen will, wollen die SKOOP-Mitglieder mit diesem reichhaltigen Paket Interessenten ansprechen. Denn so ist sichergestellt, dass zur Gruppe passende Unternehmerinnen und Unternehmer aufgenommen werden. Durch die Gespräche vermitteln die Mitglieder den Interessenten die Werte, Ziele und Philosophie von SKOOP. Wenn Leser oder Leserinnen Interesse einer Mitgliedschaft haben, sollten Sie einfach mit einem der SKOOP-Beiräte sprechen.

Die drupa ist natürlich ein Thema für EKDD. Denn als strategischer Einkaufsverbund und einziger mit mehreren Sparten brauchen wir einen Überblick über Entwicklungen, Trends und Lieferanten auf dem Markt. Daher wird EKDD natürlich auf der drupa sein. [11846]

„Die Erfolge kommen aus der Transparenz, die EKDD durch Datenanalysen oder neudeutsch ‚BigData‘ geschaffen hat.“

– Delphine A. Soulard, Vorstand EKDD –