

■ **Konjunktur.** Die Branche insgesamt ist weiterhin starkem Wettbewerb ausgesetzt. Zum einen weiten sehr potente asiatische Hersteller ihre Aktivitäten auf die Fotosparte aus, zum anderen werden die Smartphones die klassischen Compactkameras vom Markt verdrängen. Wir als Leica Camera AG sind jedoch überwiegend in einer Marktnische unterwegs, die wir mehr oder weniger dominieren. Und das seit circa vier Jahren mit ungebrochen starkem Wachstum, was gerade durch die Beschaffung zunehmend unterstützt werden muss.

■ **Strategie.** Reichte es bisher, mit den bestehenden Strukturen und Lieferanten dieses Wachstum zu unterstützen, so sind wir jetzt an einem Punkt angelangt, wo wir uns besonders in der Beschaffung und mit unserer Lieferantenstruktur neu aufstellen müssen. Nach einer Phase des kostengetriebenen Überlebensmodus von vier Jahren haben wir uns mittlerweile be-

schaffungsstrategisch neu ausgerichtet, ohne unsere ehrgeizigen Net-Saving-Ziele aus den Augen zu verlieren. Heute dominieren bei der strategischen Ausrichtung Qualität und Liefertreue. Und da heißt es das Lieferantenmanagement und hier speziell die Lieferantenentwicklung zu forcieren. Neben der neuen Gestaltung von Outsourcing-Prozessen gilt es primär Modular- und System-Sourcing zu betreiben, da wir unsere Lieferantenzahl eher reduzieren werden und unsere Fixkosten in der Beschaffung im Vergleich zum Zuwachs unseres Beschaffungsvolumens nur marginal erhöhen wollen. „One Face to the Supplier“ lautet eine weitere Herausforderung, denn das Risiko von Verschwendung steigt, wenn es nicht gelingt, das langfristige Beschaffungsvolumen rechtzeitig und mit einer Sprache auf die strategischen Partner zu bündeln, um so unsere Machtposition deutlich zu steigern.



„Mit unserer
Lieferantenstruktur
neu aufstellen“

Ulrich Weigel
Bereichsleitung Einkauf,
Leica Camera AG