

Dokumentart	Kurzfragen und Antworten zum Lehrbuch (7. Auflage)
Kapitel im Buch «Integrale Betriebswirtschaftslehre»	Teil: C2 Beschaffung, Marktleistungserstellung und Distribution
Autor(en)	Herbert Ruile, Andreas Stettin

Kurzfragen und Antworten zu Kapitel C2

Teil «Beschaffung»

1. **Welche primären Aufgaben ordnen Sie der Beschaffung zu?**

Die ausreichende und rechtzeitige Versorgung der Unternehmung mit den notwendigen Gütern für die Produktion und Betrieb. Dazu gehört die Erfassung des Bedarfs, die Identifikation und Auswahl der Bezugsquellen, die Beauftragung sowie die Überwachung und Sicherstellung der externen Leistungserstellung.

2. **Können die Sekundäraufgaben der Beschaffung von ihr alleine wahrgenommen werden?**

Nein. Sekundäraufgaben können wegen ihrer interdisziplinären Aufgabenstellung nur durch intensive Zusammenarbeit mit weiteren internen Stellen und Funktionen (Marketing, Entwicklung, Produktion, Controlling, Qualitätsmanagement) wahrgenommen werden.

3. **Welche wichtigen Entscheide müssen in der Beschaffungsstrategie vorgenommen werden?**

Es müssen Beschaffungsobjekte, Beschaffungsregion, Beschaffungstiefe, Beschaffungsorgane und Organisation in der Beschaffungsstrategie definiert werden.

4. **Nennen Sie neben der Produktspezifikation vier weitere Spezifikationen, die für die Beschaffung notwendig sind!**

Die logistische Spezifikation definiert Zeit und Ort, die finanzielle Spezifikation definiert die Zahlungsbedingungen, die Qualitätsspezifikation legt die Fehlertoleranzen fest, die Unterhaltsspezifikation berücksichtigt den Serviceaufwand.

5. **Welche Rolle kann die Beschaffung in der Produktentwicklung spielen?**

Frühzeitige Evaluation von Produkten, Technologien, Märkten und Lieferanten, um mögliche Risiken bezüglich Mengen, Kapazitäten, Lieferzeiten und Preisen in der Frühphase zu erkennen und zu vermeiden.

6. **Welchen Nutzen sehen Sie im Beschaffungsmarketing für den Einkauf?**

Beobachtung und damit frühzeitiges Erkennen von Trends und Entwicklungen in den Beschaffungsmärkten: Liberalisierung und Stabilität von Märkten, Anzahl, Grösse und Stärke der Lieferanten, Verfügbarkeit von Technologien, Preisentwicklungen.

7. **Erläutern Sie die vier Stufen einer Lieferantenqualifizierung!**

Die Lieferantenbasis umfasst alle bekannten Lieferanten, unqualifiziert. In der Basisqualifikation werden Lieferanten geführt, die durch ihre finanzielle Situation, geografische Lage, technologische Ausstattung sowie Zertifizierungen qualifiziert wurden. Lieferanten sind für das Produkt qualifiziert, wenn sie das Produkt den Anforderungen entsprechend liefern können, über ausreichende produktspezifische Technologien und Kapazitäten verfügen. Ein bevorzugter Lieferant zeichnet sich durch Preis- und Leistungsvorteile aus.

8. **Was sind Hebelprodukte?**

Produkte, die sich durch einen hohen Beschaffungswert und ein geringes Beschaffungsrisiko auszeichnen.

9. **Welche Kosten nehmen Einfluss bei der Bestimmung der optimalen Losgrösse?**

Jahresverbrauch, Einstandspreis, Lagerhaltungskosten, Beschaffungskosten.

10. **Woran erkennen Sie die Notwendigkeit einer Lieferantenentwicklung?**

Wenn die aktuelle Lieferleistung hinter den vereinbarten Lieferleistung zurückbleibt. Wenn die Produktentwicklung neue Technologien verlangt, die auf dem Markt noch nicht zur Verfügung stehen. Wenn Kundenanforderungen zu neuen, schärferen Qualifikationskriterien führen. Wenn Technologien oder Prozesse an Lieferanten ausgelagert werden, die bisher nicht von ihnen wahrgenommen wurden.

Teil «Produktion»

11. **Eine der Weiterentwicklungen des Scientific Managements war in den USA der Fordismus, der bedeutsamer wurde als der Taylorismus. Nennen Sie mindestens drei Gestaltungsprinzipien.**

- Optimierung des Arbeitsflusses durch Materialtransportsysteme (Fließband)
- Standardisierung der Teile und der Produkte
- starke Mechanisierung der Produktionsprozesse
- Verrichtungsspezialisierung

12. Durch welche Massnahmen kann die tendenziell steigende interne Komplexität in der Marktleistungserstellung reduziert werden?

- Modularisierung des Produktprogramms
- Optimierung der Fertigungstiefe
- Segmentierung in der Fertigung
- Schaffung geeigneter Substrukturen durch Verkettung von Arbeitsabläufen und Übertragung von Planungs- und Steuerungsaufgaben dorthin
- auftragsneutrale Vorfertigung
- Einsatz flexibler Betriebsmittel
- Sicherstellung einer hohen Verfügbarkeit von Material und Betriebsmitteln

13. Wir sprechen häufig von der Fabrik als System. Welche Vorteile erreichen wir mit einer systemischen Betrachtung?

- etabliertes Verfahren zur Reduktion von Komplexität durch Abstraktion und Teilung
- schafft Transparenz über die Wirkungszusammenhänge
- vereinfacht die Analysen
- ermöglicht Modellbildung und Simulation
- fördert das Verständnis und erleichtert damit Führung und Gestaltung

14. Charakterisieren Sie möglichst vollständig die Fertigungsform, in der die Montage von Automobilen meistens organisiert ist.

Ortsveränderliche Linienfertigung (oft in U- oder Mäanderform) von Serien nach dem Fließprinzip, häufig als Sortenfertigung ausgeführt

15. Welchen Anteil an der Durchlaufzeit haben typischerweise die Wartezeiten?

Bis zu 90 %

16. Welche Flächenanteile müssen Sie neben der eigentlichen Produktionsfläche noch berücksichtigen?

- Hilfs- und Nebenbetriebsflächen (u. a. Informationsflächen, Prüffelder, Messräume, Stellflächen für Vorrichtungen, Büros)
- Verkehrsflächen (für Personal und Transporte)
- Funktionsflächen (u. a. Lager, Service, entsprechende Büros, Pausenräume, Toiletten und andere Sozialflächen)

17. Wozu dient die so genannte Entkoppelung von Aufträgen?

- der Reduzierung von Planungskomplexität (sowohl in der Fertigungs- als auch in der Produktionsplanung)
- der Reduzierung von Kundenauftrags-Durchlaufzeiten und dadurch auch von Materialbeständen

- der Konzentration möglichst vieler Aufträge auf wenige, produktive Fertigungsmittel, wodurch die Effektivität des Kapitaleinsatzes steigt und über die bessere Beherrschung weniger Prozesse letztlich auch die Qualität erhöht wird

Teil «Lager und Distribution»

18. Welchen Beitrag leistet die Logistik zum Unternehmenserfolg?

Steigerung der Kundenzufriedenheit durch vollständige, korrekte und rechtzeitige Lieferung.

19. Welche Aufgaben hat die Logistik als Marketinginstrument?

Festlegung des Verteilnetzes, der Absatzwege, der Transportmittel und Absatzorgane bei möglichst niedrigen Kosten und optimaler Lieferleistung nach Vorgaben des Marketings.

20. Welche Aufgaben hat das Lager?

Der Ausgleich von Angebot und Nachfrage unter den Aspekten Zeit, Menge, Qualität, Kosten und Sortiment ist Aufgabe jedes Lagers.

21. Welche Anforderungen werden durch die Produkte selbst an das Lager gestellt?

Beschaffenheit und Eigenschaft der Produkte bestimmen die Lagerinfrastruktur, Menge und Artikelanzahl das Lagervolumen und -fläche.

22. Welche Faktoren beeinflussen die Standortwahl der Lager?

Marktnähe, wirtschaftliche Stabilität und Förderung, Verfügbarkeit von geeigneten Ressourcen und verfügbare Infrastruktur.

23. Worin unterscheiden sich eine statische und eine dynamische Auslegung der Lager?

Die statische Auslegung bezieht sich auf den Ruhezustand des Lagers (Fläche, Volumen), die dynamische Auslegung berücksichtigt die Auslegung aller Ressourcen zur Warenbewegung.

24. Welche Unsicherheiten können mit dem Sicherheitsbestand abgedeckt werden?

Bedarfsschwankungen in Menge und Zeit, Lieferschwankungen in Menge und Zeit, Ungenauigkeiten des aktuellen Lagerbestandes durch Schwund und Verlust.

25. Wodurch wird die Gestaltung und Optimierung einer Tourenplanung für die Auslieferung beeinflusst?

Anzahl der Standorte und deren geografische Lage, Öffnungszeiten, Zufahrts- und Lademöglichkeiten, Liefermenge, Liefergewicht, Fahrzeugtypen, Fahrzeuganzahl, Fahrer Verfügbarkeit.

26. Welche Anforderungen stellen sich an den Lieferanten, wenn er in einen Cross-Docking-Warenfluss eingebunden ist?

Zeitgenaue Lieferung, filialgerechte Vorsortierung und Beschriftung des Sortiments; dadurch meist Lagerhaltung der Ware und kurzfristige Kommissionierung, häufige und meist regelmässige Lieferung kleiner Mengen.