

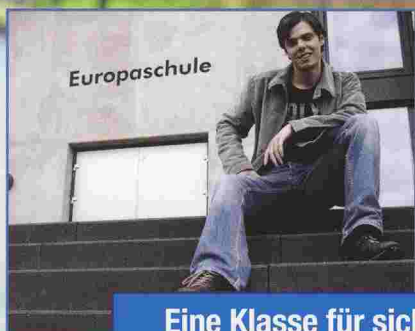
Mit vielen
tollen Freizeittipps

Baden-Württemberg
Magazin
...was den **Süden bewegt**

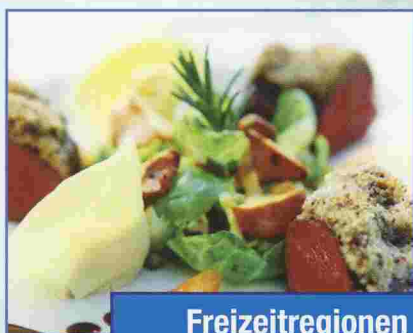
€ 3,80 · Nr. 4/2006

DAS LÄNDLE GENIEßSEN

DIE SCHÖNSTEN SEITEN DES LANDES



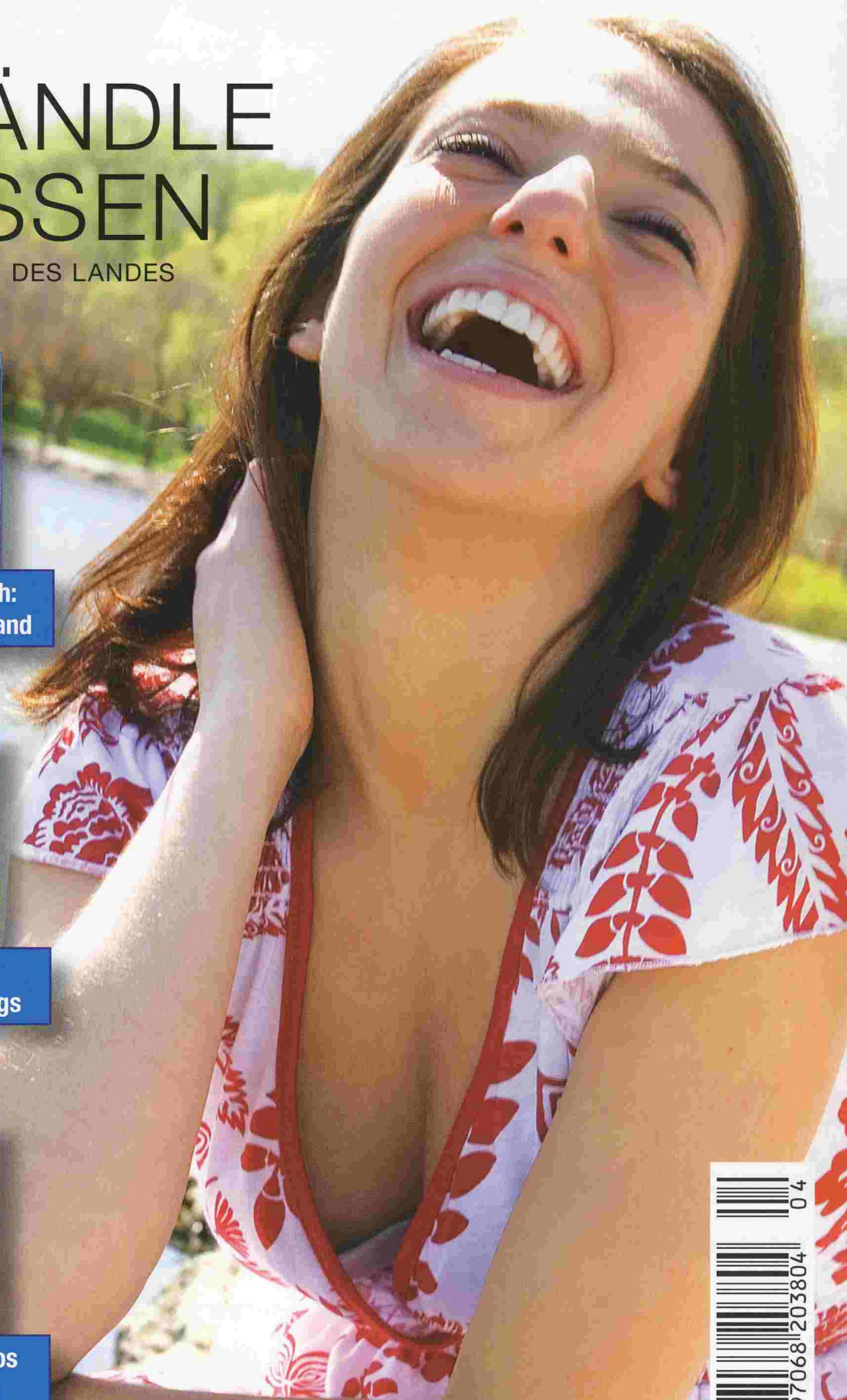
**Eine Klasse für sich:
Unser Ausbildungsland**



**Freizeitregionen
Baden-Württembergs**



**Dino und Co.: Viel los
in Stadt und Land**



GEMEINKOSTEN SENKEN – BUDGETS FREI MACHEN

KOSTENSENKEN MIT DER DGKM

Ob Bilanz oder Basel 2 – Globalisierung oder Gemeinkosten – das Wissen um Einsparpotentiale wird immer wichtiger, will ein Unternehmen dem Druck des Marktes standhalten und mit besten Produkten und Dienstleistungen punkten. Einer, der viel von Gemeinkosten versteht, ist Christian Fessel, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Kostenmanagement mbH. Wir sprachen mit ihm über Einsparpotentiale und warum seine Gesellschaft diese auf jeden Fall findet.

Baden-Württemberg-Magazin: Herr Fessel, Ihre Gesellschaft untersucht 15 Kostenarten und finanziert sich über die gefundenen Ersparnisse. Gab's da schon mal einen Flop?

Christian Fessel: Für unsere Kunden noch nie. Entweder konnten die Kosten gesenkt werden oder die Unternehmen bekamen die Bestätigung, dass sie sehr gut aufgestellt sind.

BWM: Heißt das, dass der Einkauf der Unternehmen hätte besser verhandeln müssen?

C.F.: Ganz und gar nicht. Es ist nur so, dass geschlossene Verträge zum Beispiel in der Telekommunikation Klauseln enthalten, die in der täglichen Arbeit und bei der Abrechnung berücksichtigt werden müssen. Diese zu erkennen ist oft abteilungsübergreifend sehr schwer. Die orten wir – und setzen sie in Einsparvolumina um.

BWM: Welche Einsparpotentiale sehen Sie noch?

C.F.: Angebotsmärkte weiten sich aus, neue Technologien machen manche Arbeitsgänge überflüssig, alte Verträge entsprechen nicht mehr den baulichen Zuständen und Verwendungen – das alles sichten wir.

BWM: Dazu gehört ja ein ungeheures Wissen. Wie groß ist Ihr Unternehmen?

C.F.: Im Kern eher klein – kostenbewusst also auch bei uns. Insgesamt jedoch mit Partnern über 200 Köpfe stark. Unsere Kenntnisse aber kommen aus einer heute einmaligen Marktstellung mit zwei Positionen. Zum einen haben unsere Erfolge viele Berater mit hohem Wissenstand zu uns geführt, die ihr Wissen aus-

schließlich in den jeweiligen Projekten mit einbringen – wir greifen inzwischen auf eine hochpräzise Datenbank mit über 200 Beratern und Spezialisten zu – und es werden ständig mehr.

Zum zweiten sind wir eine Learning Organisation und wissen auch nach nun rund 10 Jahren Feldarbeit und über 4.000 Projekten und Untersuchungen, wo Einsparpotentiale zu finden sind. Wir brauchen keine Wünschelrute mehr – wir haben den Plan und kennen das Versteck.

BWM: Das Versteck?

C.F.: Sagen wir es mal so: unsere Berater bringen aus ihrer beruflichen Biografie viel Lieferanten-Erfahrungen mit – also z.B. auch das Wissen um Produkte und Vertragsfolgen. Dadurch erkennen wir neben offensichtlichen Auffälligkeiten eben sehr schnell auch versteckte Möglichkeiten.

BWM: Empfehlen Sie neue Lieferanten?

C.F.: Nein - wenn es sich vermeiden lässt. Bei bestehenden Lieferanten gibt es keine Anlaufschwierigkeiten, darum können wir in 80 % oder 90 % die bestehenden Lieferantenbeziehungen bestehen lassen. Es ist uns besonders wichtig, Geld

„WIR BRAUCHEN KEINE WÜNSCHELRUTE, WEIL WIR DEN PLAN HABEN UND DIE VERSTECKE ÜBERHÖHTER KOSTEN KENNEN.“

zu sparen ohne jede Qualitätseinbuße.

BWM: Greifen Sie auch in das Kerngeschäft der Unternehmen oder in das Personalmarketing ein?

C.F.: Niemals – das bleibt Angelegenheit der Geschäftsleitung und der beauftragten Abteilungen. Unsere Tätigkeit bleibt auf die flankierenden Bereiche begrenzt.



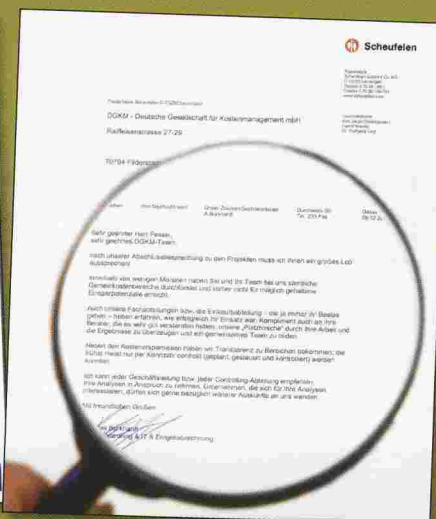
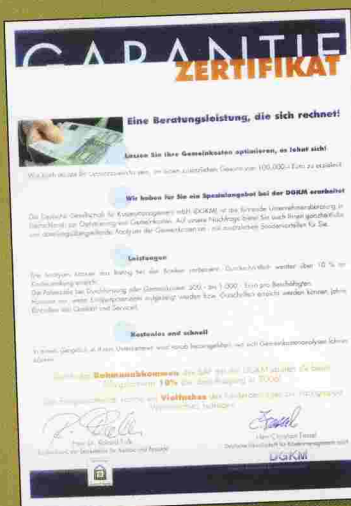


CHRISTIAN FESSEL

... studierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ... arbeitete in einer Unternehmensberatung ... beriet Verbände und deren Mitglieder ... erkannte in diesem Zusammenhang bestehende Verträge und deren Leistungsabrechnung als mögliche Kostentreiber ... stellt sich die Frage: wer sucht aus dem Heer der Berater den richtigen Berater für die jeweilige Problemlösung ... und gründete 1996 die DGKM, um die Antwort für den Markt zu bieten.



DGKM - Deutsche Gesellschaft für Kostenmanagement mbH
Raiffeisenstraße 27 - 29 · 70794 Filderstadt
Tel.: 07 11/489 499-0
Fax: 07 11/489 499-90 · www.dgkm.de



BWM: Wie läuft so eine Untersuchung ab – und was sind gängige Einsparvolumina?

C.F.: Start ist in der Regel ein Gespräch mit der Geschäftsführung. Dort wird in einer ABC-Klassifizierung erörtert, in welchen Bereichen sich Kostenanalysen lohnen. Während der gesamten Projektphase verstehen wir uns als Berater der Geschäftsführung.

In der praktischen Phase benötigen wir zu Beginn pro Einsparungsgebiet etwa zwei Stunden zur Datendiskussion und –übernahme. Die Evaluierung und Optimierung dauert dann üblicherweise je nach Umfang 3 bis 6 Monate. Die Arbeit findet dann aber zu ca. 95 % bei uns statt. Zu den Einsparpotentialen ein Beispiel: Wir senkten durch Nachmessung von inzwischen anders genutzten, teilweise umgebauten Räumen, durch Verringerung unproduktiver Wegstrecken und anderen Veränderungen bei gleichem Qualitätsstandard den Jahresaufwand Gebäudereinigung nach alten Verträgen von 224.870.04 Euro (inkl. MWST) um 120.064.32 Euro (inkl. MWST). Übrigens konnten wir hier eine Preisfestschreibung von 36 Monaten durchsetzen. In diesem Unternehmen überprüften wir auch den Werkschutz. Wir stellten fest, dass Lohnerhöhungen nicht weiterberechnet worden waren, insofern also das Einsparpotential vorweggenommen worden war. Aber die Verträge konnten nun zeitgemäß gefasst werden.

BWM: Und aus diesen Einsparungen finanzieren Sie sich?

C.F.: In der Regel ja. Allerdings werden auch immer wieder Studien nach Festhonorar geordert.

BWM: Gibt es Vorbehalte bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Unternehmen, wenn Sie in die sensiblen Kosten- und Vertragsbereiche eindringen?

C.F.: Ja, das gab es schon. Aber immer nur solange, bis gesehen wurde, dass wir keine Schuldigen suchten sondern nur Einsparpotentiale. Und dass nicht die Mitarbeiter sondern eher die vorhandenen Überprüfungs-Möglichkeiten zu ändern waren. Ich sagte es ja schon: Vieles können Sie nur aus Lieferantensicht wissen – und optimieren. Und dazu bieten wir unsere Kenntnisse an.

BWM: Wann ist der beste Zeitpunkt für ein Gespräch mit Ihnen?

C.F.: Frühzeitig. Weil dann die Kosten früher gesenkt werden können und man nicht unter Zeitdruck steht

BWM: Welche Ergebnisse können die Unternehmen aus ihren Analysen erwarten?

C.F.: Zuerst einmal Transparenz. Dann durchschnittlich etwa 500 bis 1.000 € Einsparpotential pro Beschäftigten, wenn alle Gemeinkosten durchforstet werden. Das heißt bei einem mittelständischen Unternehmen mit 200 Beschäftigten schlummern ca. 100.000 bis 200.000 € bei den Gemeinkosten.

BWM: Herr Fessel, wir danken Ihnen für das Gespräch.

