

ALTERNATIVEN ZUR BESCHAFFUNG AUS FERNOST

Steckbrief zum Projekt der Logistikförderung

| | |
|--|---|
| Langtitel des Vorhabens | Alternativen zur Beschaffung aus Fernost – Evaluierung einer europäischen Beschaffungsstrategie |
| Projektstart | 01.05.2022 |
| Projektende | 31.12.2023 |
| Antragsteller:in / Konsortialführer:in | Mediashop GmbH |
| Projektpartner | - |
| Projektart | Umsetzungsprojekt |
| Fördervolumen | 138.102,33 EUR |
| Themenfeld | Optimierung betrieblicher Logistik |
| Projektstandort | Niederösterreich |

Kurzbeschreibung und initiale Aufgabenstellung

1. Wahrnehmung eines Umschwungs innerhalb der ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeit. Zudem herrscht eine angespannte Situation auf den klassischen Beschaffungsmärkten.
 - a. Anstieg der Preise für Logistik, Arbeit in Asien und Rohstoffe
 - b. Lange Lead Times für Importe aus Asien
 - c. Keine gesicherte, durchgehende Warenverfügbarkeit
 - d. Geringe Flexibilität
 - e. Gestiegenes Konsumentenbewusstsein für CO² neutrale Produkte
2. Schaffung eines Klassifikationsmodells
 - Analyse der möglichen Produktionsländer
 - Lieferantensuche / Aufbau einer Datenbank
 - Aufbau eines Preisvergleichsmodells
 - Partnerbewertung
 - Analyse Beschaffungsmodelle / Transport / Konsignationslager / Drop Shipping

3. Aufbau strategischer und stabiler Partnerschaften innerhalb Europas
 - Verringerung der Lagerflächen
 - Einsparung von CO² Ausstoß
 - Vorgehensweise für Produktsourcing
4. Erstellung und Aufbau einer internen Lieferantendatenbank
 - Verringerung „Stock Out“-Situationen
 - Verringerung von gebundenem Kapital
 - Schaffung von Unabhängigkeiten zum chinesischen Markt
 - Verringerung der Bestellmenge von Containern aus Fernost
5. Maximierung der Fertigungs- und Beschaffungstiefe in Europa
 - Reduktion des CO² Ausstoßes durch besseres Bestellrhythmusverfahren
 - Schaffung von sicheren und attraktiven Arbeitsplätzen durch die Verlagerung der Produktionsstätte

Ergebnisse des Projekts und Evaluierung

Durch die Zusage der Logistikförderung konnte eine wesentliche Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit erreicht werden. Diese Verbesserung resultierte aus der Verkürzung der Beschaffungswege und der Optimierung der Beschaffungszeiten. Dank der Gewinnung neuer Lieferanten innerhalb Europas konnten die durchschnittlichen Transportzeiten von 55 Tagen aus Fernost auf 14 Tage in Europa reduziert werden. Dies ermöglichte es, den Planungshorizont wesentlich kürzer, präziser und effizienter zu gestalten. Geringere Sicherheitsbestände führten zu einer optimierten Kapitalbindung, was die Liquidität des Unternehmens verbesserte.

Nichtsdestotrotz erfordert die Zusammenarbeit mit europäischen Lieferanten eine genaue Analyse der Produkte und der dahinterstehenden Lieferanten. Der Aufbau einer strategischen Lieferantendatenbank war ein zentraler Bestandteil des Projekts. Am Ende der Projektzeit konnten über 300 verschiedene Lieferanten in Europa verifiziert werden, mit denen mehrere erfolgreiche Einzelprojekte durchgeführt wurden. Mithilfe gut strukturierter Arbeitspakete konnte die Firma Mediashop mehrere Projekte umsetzen.

Mit der Einführung eines Klassifikationsmodells konnte eine wesentliche Vereinfachung der Produktklassifizierung und deren Zuordnung zu Lieferantengruppen erreicht werden. Dieses Modell

wird auch weiterhin angewendet und optimiert. Hierzu wurden über 1.500 SKUs klassifiziert und dem Modell zugeordnet.

Unternehmen, die Produkte nach Europa importieren, stehen vor Herausforderungen bezüglich der Sicherstellung der Marktkonformität und des Schutzes geistigen Eigentums. Dank der Europa-Produktion konnten diese Herausforderungen deutlich reduziert werden, da die meisten europäischen Lieferanten umfassende Kenntnisse der Marktanforderungen besitzen. Das Risiko, gegen regionale Marktanforderungen zu verstoßen, wurde dadurch erheblich reduziert. Das verstärkte Konsumentenbewusstsein zu fairen Produktionsbedingungen erhöhte zusätzlich den Druck auf importierende Unternehmen und stärkte die europäische Produktion.

Ausblick

Unser Ziel ist es, die erreichten Verbesserungen nachhaltig zu sichern und weiter auszubauen. Wir planen, das Klassifikationsmodell kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Zusammenarbeit mit europäischen Lieferanten zu stärken, um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern.

Des Weiteren ist der Ausbau der Lieferantendatenbank ein wesentlicher Bestandteil, auch nach dem Ende des Umsetzungsprojekts. Aktuell sind für das Jahr 2024, über 25 unterschiedliche Messebesuche von diversen Mediashop Mitarbeiter:innen geplant. Die Ergebnisse der Messebesuche fließen dementsprechend in die Lieferantendatenbank ein. Aktuell sind schon mehrere neue Projekte mit diversen Lieferanten aus der Lieferantendatenbank in der Pipeline.

Rückfragehinweis

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie,
Radetzkystraße 2, 1030 Wien

Abteilung II/7 – Logistikkoordination

E-Mail: logistik@bmk.gv.at

Schieneninfrastruktur-Dienstleistungsgesellschaft mbH, Austria Campus 2, Jakov-Lind-Straße 2, Stiege
2, 4. OG, 1020 Wien

E-Mail: logistik@schig.com