

Christian A. Rast, CEO, Brainnet Supply Management Group AG, St. Gallen/Schweiz

Mit SCM die Märkte beherrschen

Unternehmen, die ihre Supply Chain im Griff haben, beherrschen auch die Märkte.

Das sei der Grund für den Erfolg von Brainnet, sagt CEO Christian A. Rast im Gespräch mit Beschaffung aktuell. Die Berater haben sich auf SCM (Supply Chain Management) spezialisiert.

Beschaffung aktuell: Herr Rast, Brainnet steht jetzt neu auf der Lünenonk-Liste der 25 größten Managementberatungs-Unternehmen. Sie haben sich Platz 24 erobert und werden wohl in einem Atemzug mit den Top-Beratungsgesellschaften genannt. Sind Sie darauf stolz?

Christian A. Rast: Stolz weniger, da dies schnell zu Selbstzufriedenheit führen kann, aber natürlich freuen wir uns darüber, dass der Erfolg der Strategie, die wir seit der Unternehmensgründung verfolgen und weiterentwickeln, sich erneut bestätigt hat. Es ist richtig, in Qualität und Wissen zu investieren, eine nachhaltige Präsenz in den wichtigsten Beschaffungsmärkten aufzubauen, auf eine enge Vernetzung mit der Forschung zu bauen. Vor allem hat sich unsere besondere Perspektive auf Einkauf und Supply Chain ausgezahlt: Wir haben immer versucht, über den Horizont einer reinen Kostensenkung zu blicken. Wir haben uns immer gefragt: Wie können wir den Einkauf für unsere Kunden zu einem

„*Wir haben immer versucht, über den Horizont einer reinen Kostensenkung zu blicken.*“

echten Werttreiber, zu einem Innovations- und Effizienzhebel machen? Wie können wir neue Wege gehen? Und das schaffen wir immer wieder: In den vergangenen Jahren haben viele Unternehmen mit unserer Unterstützung Benchmarks im Supply Chain Management gesetzt und dafür zahlreiche Auszeichnungen erhalten. Das führt zu einer sehr hohen Kundenzufriedenheit bei unseren Projekten und damit auch zu nachhaltigem Wachstum unseres Unternehmens.

Beschaffung aktuell: Die Liste ist nach Umsatz geordnet. Mit einer Umsatzsteigerung von 30 auf 36 Mio. Euro sogar im Krisenjahr 2009 sind Sie eine echte Ausnahme. Wie haben Sie das geschafft?

Rast: Indem wir Projekte realisieren, bei denen wir einerseits einen ROI nach maximal sechs Monaten garantieren und andererseits die SCM-Organisationen unserer Kunden darauf ausrichten, in hoch volatilen Umfeld nachhaltig erfolgreich zu sein – weltweit. Das sind Faktoren, die im Krisenjahr besonders wichtig waren.

Beschaffung aktuell: Brainnet berät nur Einkauf und SCM. Sehen Sie hier weitere Wachstumschancen?

Rast: In der Frage stört mich das Wort „nur“. Supply Chain Management ist heute eine Querschnittsfunktion im Unternehmen, die fast jeden Bereich erfasst: Forschung und Entwicklung, Produktion, Finanzwesen, Risikomanagement, Steuerwesen, Personal und vieles mehr. Je komplexer die weltwirtschaftlichen Zusammenhänge, je volatil und unberechenbarer die Märkte, je kürzer die Produktlebenszyklen und je anspruchsvoller die Compliance-Regeln werden – desto wichtiger wird das Supply Chain Management. Das wird zwar von sehr vielen Unternehmen inzwischen erkannt – aber es klafft nach wie vor eine sehr große Umsetzungslücke. Es fehlen auch Strukturen, Prozesse und personelle Ressourcen, es gibt nicht genug High Potentials im SCM, es gibt nicht genug Lehrstühle. Deswegen gibt es in den nächsten Jahren sehr viel zu tun. Und da wollen und werden wir eine führende Rolle spielen. Dass sich das in weiterem Unternehmenswachstum spiegeln wird, ist, denke ich, keine besonders gewagte Prognose.

Beschaffung aktuell: Einkauf und SCM gewinnt in den Unternehmen also an Bedeutung?



Christian A. Rast

Rast: Die alte kaufmännische Wahrheit, dass im Einkauf der Gewinn liegt, ist heute überholt. Im Einkauf, beziehungsweise in der Supply Chain, liegt heute das Überleben global agierender Unternehmen. Wer seine Supply Chain beherrscht, beherrscht auch die Märkte. Egal, ob als Mittelständler oder als DAX-Konzern.

Beschaffung aktuell: Ihre nächsten Ziele – sowohl beim Umsatz 2010 als auch beim Rang auf der Lünenonk-Liste 2011?

Rast: Ein Ranking ist weder Zweck noch Ziel einer Strategie und schon gar nicht unseres Handelns. Insofern freuen wir uns über unsere Position und das Zukunftspotenzial. Unsere Anstrengungen gehen aber dahin, wie wir aus Potenzialen auch in Zukunft messbare Resultate machen können – für unsere Klienten und uns. Für uns zählt, dass wir unseren Wachstumskurs fortsetzen und dabei das hohe Qualitätsniveau ausbauen. Dafür sind wir gut aufgestellt und arbeiten an innovativen Beratungskonzepten, um permanent unseren nachweisbaren Kundennutzen zu verstärken. Vor diesem Hintergrund wollen und werden wir weiter wachsen – weltweit.