

29.09.2020 | MTM-BASIERTE ANGEBOTSKALKULATION: WIN-WIN FÜR KUNDE UND LIEFERANT

Eine neue Anlage für die Produktion bestellt und die Taktzeit passt nicht? Zu viel oder zu wenig Personal in der Schicht? Die Ergonomie-Ampel demnächst auf Rot? Diesen und weiteren Problemen gehen Unternehmen ganz einfach aus dem Weg: mit einer MTM-basierten Angebotskalkulation. Diese bereits im Lastenheft festzuschreiben nutzt Kunden und Lieferanten.

Neues Angebot für Unternehmen: Workshops für und mit Zulieferern

Eine neue Anlage für die Produktion bestellt und die Taktzeit passt nicht? Zu viel oder zu wenig Personal in der Schicht? Die Ergonomie-Ampel demnächst auf Rot? Diesen und weiteren Problemen gehen Unternehmen ganz einfach aus dem Weg: mit einer MTM-basierten Angebotskalkulation. Diese bereits im Lastenheft festzuschreiben nutzt Kunden und Lieferanten.

Bereits in der Angebotsphase exakt zu kalkulieren, setzt voraus, schon in der frühen Phase des Produktentstehungsprozesses verlässliche Daten zur Verfügung zu haben. Daten, die in eine montagegerechte Konstruktion einfließen, die sich in effizienten Prozessen, einer optimalen Auslastung und ergonomisch unbedenklichen Arbeitsplätzen niederschlagen, beschreibt Ralf L. Jaehnke, Geschäftsfeldleiter Beratung, Deutsche MTM-Gesellschaft mbH.

MTM-Anwendung im Lastenheft

„Kunden wollen deshalb wissen, auf welcher konkreten Basis der Zulieferer kalkuliert hat, wie er nicht wertschöpfende Anteile bei der Arbeitsgestaltung vermieden hat, wie seine Personalbedarfsrechnung entstanden ist. Erfahrungswerte und Schätzzeiten bringen da wenig – es braucht den Nachweis mittels MTM-Daten.“ Deshalb schreiben immer mehr Unternehmen ihren Lieferanten die MTM-Anwendung gleich ins Lastenheft. Mit anderen Worten: Ein Angebot mit beiliegender MTM-Analyse wirkt sich positiv auf die Entscheidung zur Auftragsvergabe aus.

Aber nicht nur der Kunde zieht Nutzen aus dieser Vorgehensweise. „Auch der Lieferant hat einen klaren Mehrwert“, weiß Jaehnke. So kann er z. B. intern auf Vertriebsebene bestens argumentieren, wie die Kalkulation zustande gekommen ist und Prozesse entsprechend beschleunigen, weil es keine langen Diskussionen mehr gibt. Mit dem Einsatz des MTM-basierten Verfahrens ProKon (Produktionsgerechte Konstruktion) kann der Anlagenbauer seinerseits dem Kunden ein Feedback geben, wo dieser ansetzen muss, um bereits in der

Konstruktionsphase des Produktes Montagehindernisse zu reduzieren und Kosten einzusparen.

Valide Daten von beiden Seiten akzeptiert

Die Best Practice aus vielen MTM-Projekten zeigt: Valide Daten sind akzeptiert von beiden Seiten, von Kunde und Lieferant. Die Kompetenz, MTM anzuwenden, sollte allerdings nicht nur beim Kunden vorhanden sein. Auch der Lieferant selbst sollte MTM-Analysen erstellen können. Das habe den großen Vorteil, dass man die einmal erworbene MTM-Kompetenz auch für eigene Verbesserungsprojekte nutzen könne, so der MTM-Experte. „Eine klassische Win-Win-Situation also.“

Bzgl. MTM-Ausbildung empfiehlt sich die Ausbildung MTM-1 Base zu den Grundlagen der MTM-Anwendung sowie die Ausbildung MTM-UAS, das Universelle Analysiersystem von MTM für die Serienfertigung. „Damit lernt man gewissermaßen Lesen und Schreiben“, sagt Jaehnke. Idealerweise schließt sich an diese beiden Ausbildungen die MTM-Praktiker-Ausbildung an, „denn hier lernt der Teilnehmer, wie er bei der Arbeitsgestaltung vom Ist zum Soll kommt und Produktivität erfolgreich managt.“ Die gültige Blaue Karte gilt als Kompetenznachweis und wird von Kunden sogar eingefordert.

Workshop für und mit Zulieferern

Unternehmen, die von der MTM-basierten Angebotskalkulation profitieren und ihre Lieferanten mit ins Boot holen wollen, empfiehlt der Geschäftsfeldleiter einen gemeinsamen Workshop. Damit stellen sie sicher, dass ihre Lieferanten verstehen, warum sie eine Kalkulation auf Datenbasis MTM vorlegen sollen – und schaffen auch ein gemeinsames Verständnis zu Themen wie Personaleinsatzplanung und altersgerechter Arbeitsgestaltung. „Der Zusatznutzen durch Ergonomie ist auch im laufenden Betrieb ein Wettbewerbsvorteil“, so Jaehnke.

In vielen Unternehmen gilt die Vorgabe an Lieferanten, Angebote auf der Basis von MTM-Daten zu kalkulieren, auch an den internationalen Produktionsstandorten. Sowohl Kunden als auch Lieferanten, die eigene MTM-Kompetenz aufbauen wollen, können dabei auf die Angebote der MTM-Akademie sowie auf das internationale Partnernetzwerk One-MTM zurückgreifen, die eine MTM-Ausbildung zu jeder Zeit von jedem Ort der Welt möglich machen.

Unternehmen, die vor den beschriebenen Aufgaben stehen oder an einem Workshop mit und für ihre Lieferanten interessiert sind, wenden sich an Ralf L. Jaehnke, E-Mail: ralf.jaehnke@dmtm.com

Ihre Ansprechpartnerin

Ina Klose-Hegewald

Teamleiterin Kommunikation und Marketing

Tel. +49 40 822779-49

ina.klose@mtm.org