

Wertschöpfung mit einem ganzheitlichen Ansatz gestalten!

Mit dem Wertstrom-Ansatz nachhaltig schlanke Abläufe und Strukturen schaffen

Auf dem Weg zur Gestaltung von Wertschöpfung gibt es ein großes Hindernis: Verschwendung! Verschwendung wird definiert als der Verbrauch von Ressourcen, ohne Wert zu erzeugen. Dazu zählen ohne Zweifel der unnötige Verbrauch von Maschinenressourcen und Arbeitskraft. Weitere Beispiele für Arten der Verschwendung sind Zeit, Platz, Material, Energie und Medien.

Kunden sind grundsätzlich nicht bereit, für Verschwendung zu bezahlen. Sie orientieren sich am tatsächlichen Wert eines Produktes oder einer Dienstleistung. Daher ist es sinnvoll und richtig, Abläufe und Strukturen an der Wertschöpfung – also der beständigen Steigerung des Wertes auf dem Weg vom Rohmaterial zum Endprodukt – auszurichten. Ein wesentlicher Aspekt bei einer ganzheitlichen Gestaltung von Wertschöpfung ist die kontinuierliche und stringente Orientierung am Kunden und seinen Bedürfnissen.

Folgende Frage muss im Vordergrund stehen:

- Welche Produkte
- mit welchen Eigenschaften
- mit welcher Qualität
- zu welchem Preis

fragt unser Kunde nach?

Diese Perspektive bedingt möglicherweise ein gewisses Umdenken, welches ungewohnt und neu ist. Die reine Konzentration auf die Auslastung der Produktion und Logistik wird ergänzt durch die stringente Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse. Natürlich spielen die Steigerung von Effizienz und Produktivität in den Abläufen eine wesentliche Rolle, sollten jedoch zwingend im Zusammenhang mit den Bedürfnissen der Abnehmer betrachtet werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Gestaltung seiner Wertschöpfung ist die ganzheitliche Betrachtung seiner Abläufe und Strukturen. Es reicht nicht aus, lediglich einzelne Aspekte, wie z.B. die mechanische Bearbeitung, die Auftragssteuerung oder die Logistik zu betrachten. Erst ein Denken im Zusammenhang hilft, Verschwendung zu erkennen, Ursachen herauszufinden und nachhaltig zu beseitigen.

1. Verschwendung erkennen
2. Ursachen herausfinden
3. Systematisch eliminieren

Dazu:

- Auf den Kundenwunsch fokussieren
- Abläufe und Strukturen ganzheitlich betrachten
- Udenkbares denken und Vorhandenes, auch Bewährtes, in Frage stellen
- An Zielen und Visionen ausrichten, nicht an Schwierigkeiten und Hürden
- Bewährte Prinzipien und Regeln konsequent anwenden
- Einfachheit und Klarheit suchen

Aspekte zur ganzheitlichen Gestaltung von Wertschöpfung.

Fazit: Wertschöpfung gestalten ist mehr als das Verbessern und Verändern von einzelnen Bereichen. Eine ganzheitliche Betrachtung und ein Fokus auf die Bedürfnisse der Kunden helfen, die Zukunft zu gestalten, und die Wettbewerbsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit zu steigern.

Weitere Informationen können Sie gerne anfordern: info@gepro.com

Wertschöpfung gestalten!

GEPRO mbH – Schloß-Rahe-Str. 15 – 52072 Aachen – Tel. 0241 9367 2900

info@gepro.com