

# Inhalt

**Vorwort** 13

## **Kapitel 1**

**›Wenn's um Einkaufen geht, halten wir uns alle für Weltmeister‹** 17

Ein Spanier rüttelte eine ganze Branche aus dem  
»Dornröschenschlaf« 18

In Einkaufsabteilungen verkümmern gewaltige  
Renditepotenziale 19

Der Fokus liegt je nach Branche auf Forschung und Entwicklung,  
Vertrieb und Marketing 20

Einkauf muss zur Chefsache werden 21

Ein Plädoyer für unsere Einkäufer 23

## **Kapitel 2**

**Einkauf: Ertragsgarant in allen Unternehmenssituationen** 27

Wie Beschaffungsoptimierung Sanierungen erleichtert 28

Wie Beschaffungsoptimierung den Firmenwert steigert 33

Wie Beschaffungsoptimierung zur Refinanzierung einer  
»Firmenhochzeit« beiträgt 36

**Kapitel 3**  
**Vom traditionellen Einkauf zum modernen Beschaffungsmanagement** 39

Die Wertschöpfungstiefe sinkt kontinuierlich 39

Total Cost of Ownership wird zum Renditemotor 42

Strategisches Beschaffungsmanagement entscheidet über nachhaltiges Wachstum 46

**Kapitel 4**  
**Fünf typische Fälle aus der Praxis: Die Fehler sind fast immer die gleichen** 49

Erster Fall: Der Einkauf ohne definierte Aufgaben 49

Zweiter Fall: Ausschließliche Konzentration auf Konstruktion und Entwicklung 56

Dritter Fall: Gratwanderung zwischen zentralem und dezentralem Einkauf 60

Vierter Fall: Keine Effizienz trotz geeigneter Einkaufstools 65

Fünfter Fall: Der Einkäufer als vermeintlicher Alleskönner 73

**Kapitel 5**  
**Ihr Einkauf auf dem Prüfstand: Ermitteln Sie die ungenutzten Ertragspotenziale** 79

Diese Daten müssen Sie unbedingt kennen 79

Kaufen Sie noch traditionell ein oder betreiben Sie bereits modernes Beschaffungsmanagement? 81

Wie effizient kann Ihr Einkauf arbeiten?	84
Sind Sie ausreichend über Ihre Lieferanten informiert?	87
Wissen Sie, was Ihre Lieferanten wirklich leisten?	90
Wie ausgereift ist Ihre Beschaffung im Bereich Logistik?	93
Wie qualifiziert ist Ihr Einkaufsleiter?	96
Ein Selbstcheck für Ihren Einkaufsleiter	100

## **Kapitel 6**

### **Hilfe zur Selbsthilfe: Die Erfolgswerkzeuge des modernen Beschaffungsmanagements** 109

Typenfrage: Neue Herausforderungen für den traditionellen Einkäufer 111

Erfolgswerkzeug: Organisation 139

Erfolgswerkzeug: Potenzialanalyse 149

Erfolgswerkzeug: Verhandlungsstrategie 156

Erfolgswerkzeug: Rahmenvertrag 164

Erfolgswerkzeug: Internetbasierte Beschaffung 167

Erfolgswerkzeug: Detaillierte Ausschreibung 187

Erfolgswerkzeug: Live Auction 196

## **Kapitel 7**

### **Ehrgeizige monetäre Ziele formulieren:**

#### **Das Fundament für den Erfolg 197**

Vielfältige Optimierungsziele sind realisierbar 199

Zielvorgaben bei Produkten mit hohem Rohstoffanteil 202

## **Kapitel 8**

### **Der Einkauf von morgen: Wichtigster**

#### **Renditelieferant für die Unternehmen 203**

Der professionelle Einkäufer wird zum  
Supplier-Relationship-Manager (SRM) 205

Die Rolle der Beschaffungsoptimierung  
im Rahmen von Basel II 208

## **Kapitel 9**

### **Beschaffungsverträge: Unterschätztes Risiko – ungenutzte Chance 213**

»Kaufverträge gestalten kann jeder« –  
ein gefährlicher Irrtum 214

Lieferantenverhandlung und Vertragserstellung 216

Form und Struktur der Vertragsgrundlagen 219

Vertragsdesign und Vertragsinhalt 226

Qualität und Durchsetzbarkeit getroffener Regelungen 230

Besonderheiten im internationalen Einkauf 234

**Glossar** 243

**Anhang** 251

Ein persönliches Angebot an meine Leser 251

**Register** 257

