

Wertorientierte Beschaffung

Die alte Kaufmannsweisheit, dass im Einkauf der Gewinn liegt, gilt auch heute noch – allerdings nicht ganz so rigide wie es auf den ersten Blick scheint.

Nach der Lektüre des vorliegenden Buches weiß der Leser, dass „Preisdrückerei“ als alleiniges Erfolgskriterium nicht mehr entscheidend ist. Differenzierte Betrachtungen werden von den Herausgebern Markus Bergauer und Frank Wierlemann aufgezeigt. Unter dem Titel „Einkauf – Die unterschätzte Macht – Wie ein guter Einkauf den Unternehmenswert steigert“ sind zehn Autoren versammelt, die in neun Aufsätzen das Spektrum der Optionen im Beschaffungsmanagement deutlich machen.

Die in drei Kapitel gegliederten Praxisbeispiele konzentrieren sich auf unterschiedliche Schwerpunkte.

Im ersten Teil geht es um den Einkauf als Treiber der Unternehmensstrategie. Raimund Luig, Vorstand Handel bei Kaiser's Tengelmann, schildert, wie der Einkauf als Teil des Category Managements die Sortimentspolitik des Unternehmens mitsteuert und nicht nur als Beschaffer aktiv ist. Unter dem Titel „Sparen und Investieren – Das Familienunternehmen Bahlsen im Wandel“ beschreibt Werner M. Bahlsen, Inhaber des gleichnamigen Süßgebäckherstellers, wie der Einkauf, als Teilbereich des realisierten Projekts „Fit“, in den Modernisierungsprozess einbezogen wurde. Nicht zuletzt setzte Bahlsen die Einsparungen ein, um in Produktionsanlagen zu investieren.

Der zweite Buchteil konzentriert sich auf die organisatorische Veränderung des Einkaufs im Unternehmen. Unter dem Titel „Aus internen Konkurrenten werden

Partner – Wie bei Maxeda durch netzwerk-orientiertes Einkaufsmanagement Potenziale gehoben wurden“ stellt Tony DeNunzio, Vorstand der niederländischen Maxeda Gruppe, anhand diverser Beispiele dar, wie bei der Multi-Brand-Organisation (von Tante-Emma-Läden über Nonfood-Warenhäuser bis zu Baumärkten) Maxeda gestärkt hervorging. Das Rezept: Ausnutzung von gemeinsamen Ressourcen und Bedarfsbündelung. Der dritte Teil des Buches wagt einen Blick in die Zukunft.

Bergauer und Wierlemann zeigen die Bandbreite des Einkaufs und dessen Wertschöpfungspotenzial auf. Darüber hinaus kann sich die veränderte Rolle des Einkäufers hin zum Netzwerker und Innovator positiv auf die Marke und die Corporate Identity des Unternehmens auswirken. Die Autoren der Beispiele aus der Unternehmenspraxis servieren

dem Leser die vermeintlich schwierigen Einkaufsthemen in klarer Sprache. Einkaufsmanager und Unternehmer können strategische Entscheidungen zum Beschaffungsmanagement leicht nachvollziehen.

Die Herausgeber sind Managing Partner und Vorstände der Inverto AG. Das Unternehmen unterstützt marktführende Mittelständler und Konzerne bei der Beschaffungsoptimierung. Bergauers Branchenschwerpunkte liegen u.a. im Maschinenbau und Private Equity. Wierlemann ist Spezialist für die Branchen Handel, Konsumgüter und Pharmaindustrie. hi/lz 30-08



Markus Bergauer, Frank Wierlemann (Hg): Einkauf – Die unterschätzte Macht – Wie ein guter Einkauf den Unternehmenswert steigert – Erfolgsbeispiele aus der Praxis. Frankfurter Allgemeine Buch 2008, 192 S., 24,90 Euro.