

LEADERSHIP

Wirtschaftsforum der Führungskräfte

Das Magazin für Österreichs Führungskräfte

10 • 2008

Warum Einkauf mehr als nur Preisdrücken heißt

Zwanzig gewerbliche Verkaufsprozesse braucht es, bis ein verhältnismäßig simples Produkt – der gekühlte Kaffee in der Dose – zum Verbraucher kommt. Dass in dieser Kette viel Geld liegengelassen werden kann, hat sich aber noch nicht in allen Branchen gleich herumgesprochen. Während legendäre Kostendrucker (Ignacio Lopez bei VW) vor allem mit Produktionsbranchen verknüpft werden, liefert intelligenter Einkauf in Zeiten von „global sourcing“ aber auch dem Handel und Dienstleistern Sparpotential. Die in den einzelnen Kapiteln gebündelte Erfahrung der unterschiedlichen Einkaufsverantwortlichen, zeigt, wohin die Reise auch abseits von bekannten Trends wie Green Procurement gehen kann.



Konkrete Fallbeispiele steuern Bahlsen, Tengelmann oder die Hypo Vereinsbank bei, speziell der Einfluß des Einkaufs auf die Strategie der Gesamtmarke (im Falle Tengelmann) liefert einige gute Ansätze, wie sich ganze Unternehmen von der Beschaffung her steuern lassen. Abgerundet wird der Band durch nur scheinbare Nebenthemen wie dem Personalmanagement im Einkauf.

Markus Bergauer/Frank Wierlemann (Hg.), „Einkauf – Die unterschätzte Macht. Wie ein guter Einkauf den Unternehmenswert steigert“ (Frankfurter Allgemeine Buch), ISBN 978-3-89981-175-9, 184 Seiten, € 25, 60