Bergauer, Markus; Wierlemann, Frank (Hrsg.)

Einkauf – Die unterschätzte Macht

Frankfurt: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, 2008, 186 Seiten
ISBN-10: 3899811755
ISBN-13: 9783899811759

Bestellen bei amazon.de [1]

Rezensiert von: Redaktion business-wissen.de
Bewertung: ■■■■□

Der Einkauf ist eine unmittelbar erfolgswirksame Unternehmensfunktion, die in vielen Betrieben stiefmütterlich behandelt wird. Die Autoren zeigen, wie das Einkaufsmanagemen in acht Unternehmen reorganisiert und neu gestaltet wurde, um einen Mehrwert zu schaffe

Der Einkäufer ist viel mehr als ein Preisdrücker oder Bestellabwickler, schreiben die beiden Unternehmensberater und Buchautoren, Markus Bergauer und Frank Wierlemann zu ihrem Buch. Hier zeigen sie mit zahlreichen Autoren aus unterschiedlichen Unternehmen auf, wie der Einkauf zum wertorientierten Beschaffungsmanagement beiträgt. Seine Leistungen las sich direkt in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung ablesen.

Dabei ist das Buch eine Sammlung von Fallbeispielen aus der Praxis. Die Einkäufer unterschiedlicher Unternehmen machen sichtbar, wie sie die Rolle und die Aufgaben dieser Unternehmensfunktion sehen und wie sie den Einkauf in ihren Unternehmen umsetzen. De Herausgeber geht es in den zwei Teilen ihres Buches darum zu zeigen:

- dass der Einkauf ein zentrales Element der Unternehmensentwicklung ist und
- wie er als Innovator, Netzwerker und Global Sourcer zum organisatorischen Wandel beiträgt.

Im ersten Teil zeigen die jeweiligen Autoren, wie das Einkaufsmanagement als Hebel zur Wertsteigerung dient, wie das Familienunternehmen Bahlsen über den Einkauf spart und investiert, wie sich die Demag Cranes AG mithilfe der Beschaffungsoptimierung fit für die Börse machte und wie das Category Management bei Tengelmann die strategische Neuausrichtung prägte. Im zweiten Teil werden ebenfalls praktische Fallbeispiele eingeführ die vor allem auf die Kooperation und Netzwerk-Aktivitäten im Einkauf eingehen. Schließlic gibt Ronald Bogaschewsky, Professor an der Universität Würzburg einen Ausblick auf die Zukunft des Einkaufs.

Die Autoren schildern zum Teil sehr ausführlich die Stellhebel für einen effektiven und effizienten Einkauf und beschreiben die Prozesse, die optimiert werden können. Dabei geht vor allem um die strategischen Bausteine des Einkaufsmanagements. Der Leser erfährt, wo er ansetzen muss, wenn er seinen Einkauf verbessern will.

[1] http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3899811755/businesswissende

© 2000-2009