

Die 3 Faktoren des Einkaufs. Einkauf und Lieferanten strategisch positionieren
Sven C. Schumacher, Holger Schiele, Markus Contzen, Thomas Zachau
Wiley-VCH Verlag, Weinheim 2008
312 Seiten, 42 Euro



Das vorliegende ansprechend aufbereitete Buch eines Autorenteam aus dem Hause h&z Unternehmensberatung AG befasst sich mit der Zukunft des industriellen Einkaufs. Die Autoren werfen zu Beginn die provokante Frage auf: Wird der Einkauf in Zukunft wichtiger? Ihre frappierende Antwort lautet: Nein, aber er wird zum strategischen Hebel. Dazu muss er jedoch im Unternehmen richtig aufgestellt werden. Hierfür will diese Schrift Guidelines geben.

Die Berater zeigen auf, worin die drei Stellhebel (3 Faktoren) für die Neupositionierung des Einkaufs bestehen: der Übergang vom Preisdrücker (oder Preiskämpfer) alter Einkäufer-schule zum Wertgestalter, der Wandel von der traditionellen funktionalen Einkaufsorganisation zum integrierten Netzwerk und last not least der Schwenk vom Verwalter zum Gestalter des Lieferantennetzwerkes.

Dies ist bei kritischer Betrachtung sicherlich nicht völlig neu, wohl aber neuartig in der Komposition.

Warum haben die Berater dieses Buch geschrieben? Im letzten Kapitel führen sie aus, was sie hierzu bewogen hat: Sie wollten ein Manifest vorlegen über den Einkauf 2020, der dann möglicherweise gar nicht mehr Einkauf heißen wird. Ihre mutige These: Der Einkauf

wird aufgewertet zum Wertschöpfungsmanager, der das Zusammenwirken der internen und externen Partner in der Supply Chain ganzheitlich steuert und organisiert. Also eine brillante Zukunft für einen geläuterten Einkauf? Es scheint so, aber ganz sicher sind sich die Berater doch nicht. Sie konzidieren – und dies spricht für sie –, dass es auch ganz anders kommen kann. Aber dies ist ja gerade das Schöne an einem Manifest: Es soll „behaupten“, provozieren und einen Startpunkt für die Diskussion setzen. Und genau so sollte man das Buch sehen. Einkaufsmanager, die über den Tellerrand des Tagesgeschäfts hinausschauen und sich dabei fragen, wie es hinter dem Horizont wohl weitergehen mag, werden es mit Gewinn lesen.

Dr. Robert Fieten

**Rezension des Buchs
„Die 3 Faktoren des Einkaufs“**

**Fachzeitschrift
Beschaffung Aktuell
Ausgabe Nov. 2008, S. 76**