

Vorwort

Ein professioneller und effektiver Einkauf ist seit jeher ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Unternehmen. In der globalisierten Wirtschaft von heute gilt dies umso mehr. Mit einem global aufgestellten Einkauf können Unternehmen heute ihre Wertschöpfung stärken – insbesondere, wenn sie „Global Sourcing“ und lokale Lieferantennetzwerke optimal kombinieren. Dafür bieten sich auch in Deutschland mit seiner Vielfalt starker mittelständischer Zulieferbetriebe exzellente Möglichkeiten.

Unternehmen müssen ihren Einkauf strategisch und global aufstellen, wenn sie die Chance nutzen wollen, durch einen zeitgemäßen Einkauf Kosten zu sparen oder passende Zulieferpartner überall auf der Welt zu finden. Dafür gilt es, in einem ersten Schritt die Strukturen zu optimieren. Weiterhin sollten Unternehmen ihre Lieferanten stärker in ihre betrieblichen Netzwerke einbinden – als Partner in der Innovations- und Entwicklungsarbeit, als Produktionspartner und als Partner für die Logistik. Darüber hinaus sollten die Mitarbeiter im Einkauf hervorragend geschult sein, wenn sie in ihrer neuen Rolle als „Manager externer Wertschöpfung“ den Anforderungen an ihre technischen und fremdsprachlichen Kompetenzen gerecht werden sollen.

Das vorliegende Buch – „Die 3 Faktoren des Einkaufs – beschreibt und präzisiert diese Anforderungen an die Organisation, die Lieferanten und die Mitarbeiter. Die Autoren Sven C. Schumacher, Holger Schiele, Markus Contzen und Thomas Zachau erarbeiten eine zeitgemäße Struktur des Einkaufs und benennen zentrale Erfolgsfaktoren, die darüber entscheiden, ob die Funktion Einkauf künftig „nur“ wichtig bleibt oder zu einem strategischen Instrument der unternehmerischen Wertschöpfung wird. Ihre Erkenntnisse basieren auf den langjährigen Erfahrungen der Autoren in Beratungsprojekten sowie neueren wissenschaftlichen Lehrmeinungen. Dadurch bietet das Buch sowohl Denkanstöße für Fachleute und Führungskräfte im Einkauf als auch für jeden, der sich für dieses Thema weiterführend interessiert.

Insgesamt ein sehr lesenswertes Buch mit wertvollen Anregungen für die Unternehmenspraxis.

Dr. Heinrich von Pierer