

DER EINKÄUFER ALS ALLESKÖNNER

12	Wandel im Berufsbild des Einkäufers	2.1
19	Der alltägliche Wahnsinn	2.2
21	Das Problem der Einkäufer-Ausbildung	2.3
23	Was ist ein Einkäufer wert?	2.4
26	Hilfsmittel zur Professionalisierung	2.5
36	Die (un-)heimliche Professionalisierung	2.6
39	Was zukünftig von Einkäufern erwartet wird	2.7

SOCIAL BUYING

44	Soziale Netzwerke	3.1
46	Social Networking im Unternehmen	3.2
47	Social Buying	3.3
52	Open Innovation	3.4
57	Bedeutung sozialer Netzwerke im Einkauf	3.5
58	Sieben Thesen zur Zukunft des Einkaufs	3.6
63	Professionelles SRM als Teil des "Social Buying"	3.7
68	Wie „social“ ist Ihr Unternehmen?	3.8
72	Einkauf im Jahr 2020 – ein Ausblick	3.9

4

WERKZEUGE FÜR DEN EINKÄUFER

4.1	Überblick Werkzeuge für den Einkäufer	80
4.2	Software nervt!	86
4.3	Software hilft!	94
4.4	Anspruch an die Zukunft	103

5

PRAXISBERICHTE

5.1	Google, Inc.	114
5.2	OMV AG	122

6

ÜBER DIE AUTOREN

134

7

ENDNOTEN-VERZEICHNIS

140