

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Grundlagen des modernen Einkaufs	5
2.1	Vom Bestellbüro zum marktgestaltenden Einkauf	8
2.1.1	Einordnung des Einkaufs in die Beschaffung	8
2.1.2	Einkauf	14
2.2	Wirtschaftliche Bedeutung des Einkaufs	20
2.2.1	Der Beitrag des Einkaufs zum Unternehmenserfolg	20
2.2.2	Wirkung des Einkaufs auf finanzielle Größen	24
2.2.3	Wirkung des Einkaufs auf Kundenzufriedenheit	38
2.2.4	Wirkung des Einkaufs auf Prozesse	39
2.2.5	Wirkung des Einkaufs auf Innovationsfähigkeit	40
2.2.6	Wirkung des Einkaufs auf Lieferanten	41
2.2.7	Wirkung des Einkaufs auf Nachhaltigkeit	41
2.3	Ziele des Einkaufs	43
2.4	Gestaltungsfelder des modernen Einkaufs	49
2.5	Lern-Kontrolle	51
	Literatur	53
3	Analyse der relevanten Gestaltungsfelder	55
3.1	Analyse des Bedarfes, Beschaffungsprogrammes und der Bedarfsträger	58
3.1.1	Analyse-Klassiker: Die ABC-, XYZ- und GMK-Analyse	59
3.1.2	ABC-Analyse	60
3.1.3	ABC-Analyse und Lieferantenmanagement	64
3.1.4	XYZ-Analyse	66
3.1.5	Kombinierte ABC-/XYZ-Analyse	68
3.1.6	GMK-Analyse	70
3.1.7	Risiko-Analyse	72
3.1.8	Bestandsanalysen	75
3.1.9	Portfolio-Analysen	78
3.1.10	Analyse der Bedarfsträger	82
3.1.11	Weitergehende Analysen für den Einkauf	83

3.2	Analyse der angebotenen Leistungen und der Lieferanten.....	84
3.2.1	Methoden der Beschaffungsmarktforschung	86
3.2.2	Identifikation und Bewertung von Länder- und Marktrisiken	88
3.2.3	Mehrdimensionale Lieferantenanalyse.....	92
3.2.4	Preis- und Kostenanalysen.....	96
3.2.5	Von der Preisanalyse zum Total-Cost-Ansatz	104
3.3	Analyse der Einkaufsprozesse.....	113
3.3.1	Vorüberlegungen zur Prozessanalyse	113
3.3.2	Welches Untersuchungsziel wird verfolgt?	116
3.3.3	Welche Prozesse sind relevant und werden betrachtet?.....	117
3.3.4	Welcher Detaillierungsgrad ist sinnvoll?.....	117
3.3.5	Welche Methoden eignen sich für die Aufnahme und Dokumentation der Prozesse?	118
3.3.6	Wie erfolgt eine Bewertung der Prozesse (qualitativ, quantitativ)?.....	119
3.4	Lern-Kontrolle	121
	Literatur	124
4	Entwicklung der Gestaltungsalternativen	125
4.1	Methoden zur Gestaltung des Beschaffungsprogramms	128
4.1.1	Make-or-Buy-Analysen.....	129
4.1.2	Vereinheitlichung des Bedarfes	137
4.1.3	Wertanalyse.....	138
4.1.4	Target-Costing und Preisvorgaben.....	143
4.2	Lieferantenmanagement.....	145
4.2.1	Phasen des Lieferantenmanagements.....	145
4.2.2	Sourcing-Strategien	148
4.2.3	Methoden des Beziehungsmanagements.....	150
4.2.4	Planung von Lieferantenbesuchen.....	152
4.2.5	Verhandlungsführung.....	155
4.2.6	Vertragsmanagement	158
4.2.7	Internationales Vertragsmanagement	175
4.3	Gestaltung der Beschaffungsprozesse	186
4.3.1	Materialdisposition	186
4.3.2	Prozessoptimierung durch eProcurement.....	215
4.3.3	Gestaltung der Beschaffungslogistik.....	222
4.3.4	Gestaltung der internationalen Beschaffungslogistik	229
4.4	Lern-Kontrolle	239
	Literatur	241

5	Einkaufscontrolling	243
5.1	Grundlagen des Einkaufscontrollings	244
5.2	Von der Lieferantenbewertung zur Lieferantenqualifizierung	247
5.3	Erfolgs-/Leistungsmessung mit Kennzahlen	252
5.4	Lern-Kontrolle	255
	Literatur	256
6	Ausgewählte Fragestellungen	257
6.1	Besonderheiten des internationalen Einkaufs	259
6.2	Qualitätsmanagement im internationalen Einkauf	266
6.3	Risikomanagement	272
6.4	Die Rolle des Einkaufs im Projektmanagement	274
6.5	Aufbauorganisatorische Gestaltung des Einkaufs	276
6.5.1	Grundlagen der Aufbauorganisation	276
6.5.2	Aufbauorganisation in einem kleinen Unternehmen	278
6.5.3	Aufbauorganisation in Großunternehmen	281
6.6	Personalentwicklung im Einkauf	282
6.7	Wissensmanagement im Einkauf	287
6.8	Soziale und ökologische Verantwortung des Einkaufs	292
6.9	Lern-Kontrolle	294
	Literatur	296
7	Zusammenfassung	297
	Serviceteil	
	Tipps fürs Studium und fürs Lernen	300
	Lösungshinweise	307
	Glossar	316